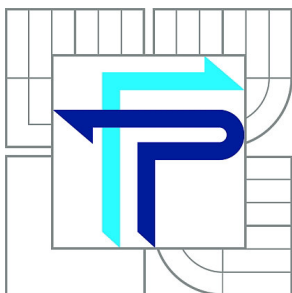


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF ECONOMICS

# NÁVRH WEBOVÉ PREZENTACE A INFORMAČNÍHO SYSTÉMU PRO PENZION RADOST

DESIGN OF A WEB PRESENTATION AND INFORMATION SYSTEM FOR PENZION RADOST

DIPLOMOVÁ PRÁCE  
MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE  
AUTHOR

Bc. HANA HECLOVÁ

VEDOUcí PRÁCE  
SUPERVISOR

Ing. JAN LUHAN, Ph.D.

BRNO 2015

# **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**Heclová Hana, Bc.**

---

Podnikové finance a obchod (6208T090)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává diplomovou práci s názvem:

**Návrh webové prezentace a informačního systému pro Penzion Radost**

v anglickém jazyce:

**Design of a Web Presentation and Information System for Penzion Radost**

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska práce

Analýza současného stavu

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

BRUCKNER, T., J. VOŘÍŠEK, A. BUCHALCEVOVÁ a kol. Tvorba informačních systémů: Principy, metodiky, architektury. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2012. 360 s. ISBN 978-80-247-4153-6.

DAWSON, A. Výjimečný webdesign: jak tvořit osobité, přitažlivé, použitelné weby. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2012. 344 s. ISBN 978-80-251-3719-2.

JANOUC, V. Internetový Marketing: Prosaďte se na webu a sociálních sítích. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.

SVOBODA, P. Právní a daňové aspekty e-obchodu. 1. vyd. Praha: Linde, 2001. 461 s. ISBN 80-7201-311-4.

TONKIN, S. Výkonnostní marketing s Google Analytics: strategie a techniky maximalizace online ROI. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2011. 432 s. ISBN 978-80-251-3339-2.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jan Luhan, Ph.D.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2014/2015.

L.S.

---

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.  
Ředitel ústavu

---

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.  
Děkan fakulty

V Brně, dne 15.7.2015

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá vytvořením návrhu webové prezentace a informačního systému pro penzion Radost. Vymezuje teoretická východiska nutná pro tvorbu webových stránek a informačního systému, analyzuje současný stav a požadavky. Součástí práce je také dotazníkové šetření. Na základě zjištěných skutečností a požadavků je vytvořen návrh webové prezentace a informačního systému a jejich zhodnocení z hlediska časové a finanční náročnosti.

## **Abstract**

This thesis deals with creating a draft website and information system for the Pension Radost. Defines theoretical basis necessary for the creation of websites and information systems, analyzes the current status and requirements. The work also includes a survey. Based on the findings and proposal requirements are designed website and information system and their evaluation in terms of time and cost.

## **Klíčová slova**

Webová stránka, informační systém, internetový marketing, optimalizace, propagace

## **Key words**

Website, information system, internet marketing, optimization, promotion

**Bibliografická citace práce:**

HECLOVÁ, H. *Návrh webové prezentace a informačního systému pro Penzion Radost*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2015. 86 s.  
Vedoucí diplomové práce Ing. Jan Luhan, Ph.D..

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně s využitím literatury uvedené v seznamu použité literatury. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 26. srpna 2015

.....  
Bc. Hana Heclová

### **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat svému vedoucímu diplomové práce Ing. Janu Luhanovi, Ph.D. za cenné rady, ochotu a trpělivost při řešení mé diplomové práce. Poděkování patří také majiteli penzionu Radost za umožnění zpracování diplomové práce pro jeho podnik, za poskytnutí informací, vstřícnost a věnovaný čas.

# Obsah

Úvod .....	11
1. Cíl práce.....	12
2. Teoretická východiska .....	13
2. 1 Základní pojmy .....	13
2. 2 Použité analýzy .....	13
2. 2. 1 Analýza McKinsey 7S.....	13
2. 2. 2 PESTE analýza .....	13
2. 2. 3 Porterův model 5F .....	14
2. 2. 4 SWOT analýza.....	14
2. 3 Dotazník.....	14
2. 4 Internet.....	14
2. 4. 1 Redakční systémy .....	15
2. 4. 2 Doména a Webhosting .....	15
2. 5 Identifikace potřeb .....	15
2. 6 Tvorba webových stránek.....	17
2. 6. 1 Způsoby vytvoření webu .....	17
2. 6. 2 Typy obchodů na internetu.....	18
2. 6. 3 Chyby při vytváření webových stránek .....	19
2. 6. 4 Úprava webových stránek.....	19
2. 6. 5 Koho by měla webová stránka oslovovat .....	20
2. 6. 6 Přínosy webové stránky .....	21
2. 6. 7 Způsoby návštěvy webových stránek .....	21
2. 7 Propagace webové stránky .....	21
2. 7. 1 Zadání do internetových vyhledávačů, indexérů a katalogů .....	22
2. 8 Optimalizace webových stránek.....	23
2. 8. 1 Postup optimalizace webové stránky .....	25
2. 8. 2 Správné analyzování a zlepšování .....	26
2. 9 Mezinárodní webová stránka .....	27
2. 10 Internetový marketing .....	27
2. 11 Informační systém .....	29
3. Analýza současného stavu.....	30
3. 1 Popis podnikatelského subjektu .....	30
3. 1. 1 Základní údaje o společnosti.....	30



3. 1. 2 Organizační struktura a předmět činnosti .....	30
3. 1. 3 Vize, mise a cíle .....	31
3. 1. 4 Hardware a software .....	31
3. 2 Rychlebské stezky .....	32
3. 3 Analytické metody .....	32
3. 3. 1 Analýza McKinsey 7S .....	32
3. 3. 2 Porterův model 5F .....	33
3. 3. 3 Analýza PESTE .....	35
3. 3. 4 Zhodnocení konkurence .....	36
3. 3. 5 Dotazníkové šetření .....	38
3. 3. 6 SWOT analýza .....	45
3. 3. 7 Zhodnocení analýz .....	46
3. 4 Identifikace problémových oblastí .....	47
3. 5 Současná webová prezentace .....	48
3. 5. 1 Zhodnocení pomocí Google Analytics .....	51
3. 5. 2 Facebook .....	53
3. 6 Analýza požadavků na webovou prezentaci .....	54
3. 7 Možnosti webové prezentace .....	55
3. 7. 1 Joomla! .....	56
3. 7. 2 WordPress .....	56
3. 7. 3 Drupal .....	57
3. 7. 4 Zhodnocení redakčních systémů .....	57
3. 8 Analýza požadavků na informační systém .....	58
3. 9 Možnosti informačního systému .....	61
3. 9. 1 Hores .....	61
3. 9. 2 HotelWin 1 .....	62
3. 9. 3 Previo .....	63
3. 9. 4 Zhodnocení informačních systémů .....	64
4. Návrh řešení .....	66
4. 1 Návrh webové prezentace .....	66
4. 1. 1 Klíčová slova .....	68
4. 1. 2 Zhodnocení požadavků .....	69
4. 1. 3 Webová propagace .....	70
4. 1. 4 Facebook .....	70

4. 1. 5 Instagram .....	71
4. 2 Výběr informačního systému.....	73
4. 2. 1 Zavedení informačního systému .....	73
4. 2. 2 HotelWin .....	74
4. 3 Zhodnocení návrhů .....	75
Závěr .....	81
Zdroje.....	82
Seznam obrázků .....	85
Seznam grafů.....	85
Seznam tabulek .....	85
Seznam příloh.....	86

## Úvod

Pro úspěšný chod firmy a přilákání nových zákazníků je v dnešní době nutnost mít webové stránky, které jsou viditelné, přístupné a použitelné. Důležité je zaujmout návštěvníka na první pohled a splňovat jeho očekávání a požadavky, aby se z návštěvníka stal zákazník. K tomu slouží také účinný internetový marketing. Veškerá tato investice do propagace znamená pro firmu přínos, pokud peníze do ní vložené se navrátí v podobě navýšení zisku.

Další nedílnou součástí úspěšné firmy je informační systém, který splňuje požadovaná kritéria a procesy, probíhající ve firmě jsou díky němu efektivnější.

O tom jak navrhnout webovou prezentaci a informační systém pojednává tato diplomová práce.

## 1. Cíl práce

Diplomová práce je zpracována pro podnik penzion Radost, který se nachází v Černé Vodě v Jeseníkách. Jedná se o oblíbenou turistickou oblast díky Rychlebským stezkám určeným pro zkušené cyklisty, kteří zvládají technickou jízdu v terénu. Pro neustálý růst zájmu zákazníků je důležité se zaměřit na efektivní propagaci, zejména pak na kvalitní webovou prezentaci.

Pro penzion Radost je životně důležitá webová prezentace, protože bez ní by se o penzionu dozvěděl jen někdo pohybující se v okolí Černé Vody. A převážná většina návštěvníků penzionu Radost přichází právě z webové stránky penzionu.

Cílem mé práce je navrhnout webovou prezentaci a informační systém podle požadavků majitele penzionu a zhodnotit finanční a časovou náročnost návrhů.

### Dílčí cíle:

- formulovat teoretická východiska pro tvorbu webových stránek a zavedení informačního systému pro penzion Radost,
- analyzovat současný stav penzionu Radost a jeho webové stránky pomocí analýz, zhodnocení konkurence a dotazníkového šetření
- shrnout požadavky majitele penzionu na webovou prezentaci a informační systém,
- zhodnotit možnosti webové prezentace a informačního systému pro penzion Radost,
- navrhnout webovou prezentaci a vhodný informační systém pro penzion Radost dle požadavků majitele,
- zhodnotit finanční a časovou náročnost návrhů.

## **2. Teoretická východiska**

Zde jsou formulována teoretická východiska pro tvorbu webových stránek a zavedení informačního systému.

### **2. 1 Základní pojmy**

Na začátku diplomové práce je důležité vymezit základní pojmy, které budou stěžejní v celé mé práci.

Internet – celosvětová informační a komunikační síť.

Webová stránka - představení informací o firmě pomocí textů, obrázků, tabulek, grafů, grafiky, animací, zvuků apod., na webové stránky firma umísťuje také odkazy.

Informační systém – systém, který umožňuje utřídit, uchovat, zpracovat a poskytovat různá data; skládá se z automatizované a neautomatizované části. (Hlavenka 2001, s. 150 -153)

### **2. 2 Použité analýzy**

V této kapitole jsou popsány použité metody při analýze penzionu Radost v kapitole o analýze skutečného stavu penzionu. Po zhodnocení analýz budou zřejmé silné a slabé stránky, příležitosti, hrozby a požadavky. A díky tomu bude možné sestavit návrhy a zaujmout určitou strategii.

#### **2. 2. 1 Analýza McKinsey 7S**

Analýza 7S se používá pro hodnocení kritických faktorů společnosti. Skládá se ze sedmi faktorů: strategie, struktura, systémy, styl řízení, spolupracovníci, schopnosti a sdílené hodnoty. McKinsey 7S patří mezi modely kritických faktorů úspěchu. (McKinsey 7S, © 2011-2013)

#### **2. 2. 2 PESTE analýza**

Zjednodušená varianta se nazývá PEST analýza, dalšími možnostmi složení zkratk faktorů jsou PESTE, PESTEL nebo PESTLE. Pro tuto analýzu se používá i název STEEPLED nebo STEER. Mezi typy vnějších faktorů patří politické a legislativní, ekonomické, sociální, technologické a ekologické. Důležité je pro každou tuto skupinu faktorů určit nejdůležitější jevy, události, rizika a vlivy, které mají pro firmu význam

a ovlivňují ji. Analýza PESTE je součástí analýzy dopadů a slouží jako vstup pro SWOT analýzu. (PESTLE analýza, © 2011-2013)

### **2. 2. 3 Porterův model 5F**

Jedná se o analýzu odvětví a jeho rizik. Podstatou této analýzy je předvídání budoucího vývoje konkurenční situace podniku pomocí odhadování možného chování subjektů v rámci daného trhu a hrozících rizik. Mezi tyto subjekty patří stávající konkurenti, potenciální konkurenti, dodavatelé, zákazníci a substituty. (Analýza 5F (Five Forces), © 2011-2013)

### **2. 2. 4 SWOT analýza**

SWOT analýza je univerzální nástroj pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů, které ovlivňují úspěšný chod firmy nebo zavedení nového produktu či služby. Mezi jednotlivé části této situační analýzy patří silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. (SWOT analýza, © 2011-2013)

## **2. 3 Dotazník**

Dotazník slouží ke sběru dat v sociálním výzkumu. Jako první je důležité formulovat relevantní otázky, poté tyto otázky zpracovat do dokumentu (dotazníku), který je dále šířen respondentům. Jedná o velice efektivní techniku, která v relativně krátkém čase dokáže sesbírat informace od velkého počtu dotazovaných. Náklady na dotazníkové šetření bývají nízké. U dotazníku je typická anonymita respondentů a požadavek na ochotu respondentů, aby vyplnili všechny otázky a dotazník vrátili. (Dotazník, © 2011-2013)

## **2. 4 Internet**

Na internetu se relativně zadarmo dá dostat kamkoliv a získat jakékoliv informace za pár vteřin. A stejně tak je viditelná jakákoliv změna firemní stránky na internetové síti. (Donát 2000, s. 19)

Aby firma uspěla, musí mít nějakou výhodu před konkurencí. Mezi tyto konkurenční výhody patří širší sortimentu a specializace. Další výhodou oproti kamenným obchodům je informační systém, který sleduje chování zákazníka. (Donát 2000, s. 32-33)

### **2. 4. 1 Redakční systémy**

Redakční systémy slouží ke správě obsahu. Jsou vhodné pro webové stránky, které jsou zaměřené především na obsah, na časté přidávání nového obsahu webu a na komentáře. Velkou výhodou redakčních systémů je, že uživatel nemusí znát programování, software je většinou zdarma, neustále se vylepšuje a uživatel není na nikom závislý. Naopak nevýhodou je pro tvorbu většiny webů složitost systémů, drahá podpora a zatěžování serveru. (Různé způsoby jak mít web, 2015)

### **2. 4. 2 Doména a Webhosting**

Doména, celým názvem doménové jméno je jedinečná adresa na internetu, která se zadává do internetového prohlížeče a může být také součástí e-mailové adresy. Většinou se jako doménové jméno používá název firmy, produktu nebo vlastní jméno. (Co to je doména, © 2015)

Webhosting je místo na internetu, které slouží pro provoz vlastních webových stránek, e-mailů atd. Poskytovatel webhostingu pronajme část svého zázemí nájemci za předem stanovenou roční částku, ale některé webhostingy jsou i zadarmo. (Co je to webhosting, [b.r.] )

## **2. 5 Identifikace potřeb**

V návrhu propagačního webu musí být známa identifikace vlastních potřeb, potřeb zákazníka a možnosti webu, tyto 3 oblasti by měly být v souladu. (Hlavenka 2001, s. 100-101)

#### Identifikování vlastních potřeb:

- uvedení základních informací o firmě,
- poskytnutí seznamu poboček (prodejen) s kontakty, otevírací doba, mapa,
- informování o seznamu produktů s informacemi o nich,
- doplnění o reference,
- umístění ceníku zboží,
- nabízení volných pracovních míst a spolupráce. (Hlavenka 2001, s. 100-101)

#### Identifikování potřeb zákazníka:

- zajímají ho spíše produkty než firma samotná

- očekává snadné nalezení produktů (formou vyhledávání nebo prohlížení),
  - zákazník má 3 důvody návštěvy webu:
    - a) chce si produkt koupit
    - b) chce se dozvědět o produktu více informací (např. další možnosti využití)
    - c) má s produktem problém a potřebuje radu nebo produkt reklamovat.
- (Hlavenka 2001, s. 100-101)

### Identifikování možností webu

Při přehnaných očekáváních ze strany firmy nebo zákazníka může docházet k nenavázání nebo přerušení kontaktu, i když firma nabízí výrobek nebo službu, kterou zákazník potřebuje (Hlavenka 2001, s. 100-101)

Marketingový web je zaměřený na propagaci a prosazování neinternetových služeb. Při tvorbě tohoto webu je důležité dbát na vlastní prezentaci, na její formu i na obsah. (Hlavenka 2001, s. 96)

Aby se z návštěvníků stali zákazníci, musíme se soustředit na jejich přeměnu. Tento proces přeměny návštěvníků na zákazníky obsahuje 4 body. (Hrdlička 2014, s. 20)

### 1. Nabídka

Nabídka je nejdůležitějším bodem procesu, přiláká návštěvníka a pomocí ní můžeme získat o návštěvníkovi potřebné informace. Nabídka by měla být zacílena na skupinu zákazníků, které chceme získat. Jedná se například o návody, odborné texty nebo elektronické knížky. Tato nabídka slouží jako počáteční upoutání pozornosti návštěvníků, aby se začali více zajímat o náš web. (Hrdlička 2014, s. 20)

### 2. Zviditelnění se

Probíhá například formou dotazníků a reklam, jedná se o časově náročnou činnost, která může přilákat spoustu potenciálních zákazníků. (Hrdlička 2014, s. 21)

### 3. Vytvoření propagační stránky

Taková stránka slouží ke sběru důležitých informací o návštěvnících. Pomocí formuláře se stane návštěvník zájemcem a následně je odkázán na tuto stránku, kde je děkovaná fráze a podrobnosti o daném produktu nebo službě. (Hrdlička 2014, s. 22)



#### 4. Testování, měření a opakování

První 3 body jsou součástí procesu, který se neustále opakuje a slouží k získávání nových zákazníků. Ve 4. bodu se tyto kroky zhodnocují. (Hrdlička 2014, s. 22)

## **2. 6 Tvorba webových stránek**

Tato kapitola pojednává o způsobech vytvoření webu, typech obchodů na internetu, chybách při vytváření webových stránek, úpravách webových stránek, o tom koho by měla webová stránka oslovovat, o přínosech webové stránky a způsobech návštěvy.

### **2. 6. 1 Způsoby vytvoření webu**

V této kapitole jsou uvedeny často používané způsoby tvorby webových stránek.

#### 1. Vytvoření vlastního webu

- Kroky: zajištění serveru a domény, vytvoření webových stránek v jazyce HTML, nakopírování stránek na server, propagace
- výhody: plná kontrola, žádná závislost, minimální náklady
- nevýhody: potřeba znalostí a zkušeností, časová náročnost (Různé způsoby jak mít web, 2015)

#### 2. Redakční systémy

- používají se pro zadání a přidávání obsahu na webové stránky (např. vlastní diskuse, fotogalerie, komentáře pod články)
- výhody: žádná závislost většinou minimální náklady, neustálé vylepšování systémů, nejsou potřeba odborné znalosti a zkušenosti
- nevýhody: systémy si musíme doopravít a jsou složité (Různé způsoby jak mít web, 2015)

#### 3. Klikací webové služby

- po registraci se píše obsah stránky pomocí webového rozhraní
- výhody: nejsou potřeba odborné znalosti a zkušenosti, minimální náklady
- nevýhody: obtížná změna systému webové stránky, nevyžádané reklamy na stránkách, nemožnost zvláštních funkcí (Různé způsoby jak mít web, 2015)

#### 4. Facebook

- zde lze vytvořit určitý druh internetového profilu, ale nejedná se o plnohodnotnou webovou stránku a informace firma ukládá na cizí doménu
- jedná se o doplněk webového marketingu (Různé způsoby jak mít web, 2015)

#### 5. Nechat si webové stránky vytvořit

- kroky: vyhledání firmy, která weby vytváří, uvedení požadavků, zvolení domény, vytvoření webu, sdělení připomínek
- výhody: minimální časová náročnost, nejsou potřeba odborné znalosti a zkušenosti, možnost kvalitního výsledku
- nevýhody: finanční náročnost, obtížný výběr a změna dodavatelské firmy (Různé způsoby jak mít web, 2015)

### **2. 6. 2 Typy obchodů na internetu**

Zde jsou uvedeny nejčastější typy obchodů.

#### B2C (Business to Consumer)

Jedná se o nejrozšířenější typ obchodování. Zboží se dostává od výrobce ke konečnému spotřebiteli. V tomto typu je více subjektů než v B2B. (Blažková 2005, s. 103)

#### B2B (Business to Business)

Jde o obchodování mezi jednotlivými firmami, obchodníky nebo výrobci. Zboží se nedostane ke konečnému spotřebiteli. Výhodou tohoto typu je snížení času a transakčních nákladů. Jedná se o druhý nejrozšířenější typ. (Blažková 2005, s. 103)

#### B2E (Business to Employee)

Tento typ je orientovaný na zaměstnance firmy, u kterých zvyšuje jejich produktivitu práce, informovanost, motivaci a znalosti. (Blažková 2005, s. 104)

#### B2G (Business to Government)

Jedná se o vztah firmy a veřejného sektoru. (Blažková 2005, s. 104)

#### B2R (Business to Reseller)

Jde o typ, kdy určitý člen distribučního řetězce nakoupí zboží od jiného za účelem dalšího prodeje tohoto zboží. (Blažková 2005, s. 104)

### C2B (Consumer to Business)

Koncový spotřebitel určí své podmínky a podnik se rozhodne, zda tyto podmínky akceptuje. (Blažková 2005, s. 104)

### C2C (Consumer to Consumer)

Obchod od spotřebitele ke spotřebiteli. (Blažková 2005, s. 104)

### C2G (Consumer to Government)

Jedná se o vztah spotřebitele a státní nebo veřejné správy. (Blažková 2005, s. 104)

### G2B (Government to Business), G2C (Government to Consumer)

Vztah mezi veřejným sektorem a firmou nebo koncovým spotřebitelem. (Blažková 2005, s. 104)

## **2. 6. 3 Chyby při vytváření webových stránek**

Webová prezentace firmy je určena zároveň koncovému spotřebiteli, obchodnímu partnerovi, investorům a zaměstnancům. Při této kombinaci firma neví pro koho je web určen a tento web je zmatený. Firma si musí zvolit, kdo je pro ni důležitý a orientovat se na jednu skupinu. Další chybou je, že web je statický (nové informace se na něm objevují pouze sporadicky) a zákazník svou návštěvu webu neopakuje. Tvůrci webu také často preferují formu nad obsahem. Je důležité, aby na první pohled byl web informačně bohatý (zákazník hned vidí, co firma nabízí). Nejdůležitější je tedy, aby firma vytvořila web, který je přesně zacílený, živý a bohatý. (Hlavenka 2001, S. 101-102)

## **2. 6. 4 Úprava webových stránek**

Zásady úpravy webových stránek a správy obchodu jsou důležitou součástí webových stránek a jsou nutné pro jejich správné vytváření a provozování.

### Zásady úpravy webových stránek (z pohledu uživatele):

- co nejméně kliknutí na hlavní straně a při objednávce,
- vyhledávání a prohlížení produktů,
- hodnotná a souvislá nápověda,
- část orientovaná na zákazníky, kteří přijdou na stránky poprvé,
- uvedení kontaktu a informací o firmě,

- informace o tom jestli je zboží skladem a o dopravě,
- zveřejnění reklamačního řádu,
- informace o nejvíce prodávaných produktech,
- údaje o stavu objednávky,
- grafické zpracování (přehlednost, jednoduchost, úhlednost apod.). (Hlavenka 1999, s. 210-213)

#### Zásady správy obchodu:

- přidávání, upravování a odstraňování produktů,
- hromadné editování zboží,
- vedení databáze zákazníků,
- administrace objednávek,
- informace ze statistik o firemním webu,
- reakce na výsledky ze statistik,
- údaje o stavu objednávek,
- personalizace zákazníků,
- tvoření zákaznických skupin,
- zautomatizování úkonů. (Hlavenka 1999, s. 214-217)

### **2. 6. 5 Koho by měla webová stránka oslovovat**

Webová prezentace by měla oslovovat následující skupiny:

- firemní zaměstnanci,
- zákazníci a poskytování servisu,
- obchodní partneři,
- uchazeči o zaměstnání,
- lidé z regionu (informování okolí o tom co firma dělá pro město, životní prostředí, dobročinnou činnost apod.),
- respondenti u průzkumů chování zákazníků (ankety, statistiky),
- návštěvníci „Jiných“ webů (zábavný magazín, soutěž, hra apod.). (Hlavenka 1999, s. 75-78)

## **2. 6. 6 Přínosy webové stránky**

Mezi přínosy webové stránky patří:

- volná pracovní místa (úspora finančních prostředků a času),
- převedení obchodní agendy na internet,
- zjištění potřebných informací pomáhá v prodeji daného produktu,
- tvorba image firmy (možnost působení na široký okruh návštěvníků). (Hlavenka 1999, s. 78-79)

Pro firemní stránky je důležité, aby se o nich zákazník dozvěděl a koupil si produkt. Poté je klíčové, aby tento zákazník firemní web navštěvoval a kupoval produkty pravidelně. (Hlavenka 1999, s. 92)

## **2. 6. 7 Způsoby návštěvy webových stránek**

Způsoby návštěvy webových stránek:

- přímý kontakt (odkaz v záložkách, odkaz v e-mailu, odkaz v dokumentech apod.),
- přes vyhledávače (Google, Seznam a další),
- odkazy na web na jiných stránkách,
- ostatní (do této položky se zahrnují bannerové reklamy, partnerské programy, e-mailové kampaně apod.). (Janouch 2010, s. 59-61)

## **2. 7 Propagace webové stránky**

Možnosti propagace webové stránky na internetu:

- zadání firemní stránky do internetových vyhledávačů, indexérů a katalogů,
- bannerová reklama firemní stránky,
- umístění webové stránky v internetových médiích,
- aliance s navštěvovanějšími weby a sponzorování anket a soutěží,
- odkaz na firemní web v e-mailu,
- výměnná reklama na webech partnerů. (Hlavenka 1999, s. 93)

### **2. 7. 1 Zadání do internetových vyhledávačů, indexérů a katalogů**

V katalogu jsou seřazeny hlavní stránky firemních webů podle abecedy a podle oboru působení. Nejlepší varianta je umístění firmy jak v katalogu, tak v indexéru. (Hlavenka 1999, s. 94-96)

#### Indexér

Jedná se o program (robota), který automaticky vyhledává webové stránky a prochází je, na těchto stránkách program vyhledává veškerá relevantní slova s odkazy, kde tyto slova našel a ukládá si je do paměti (databáze). Při vyhledávání určité stránky ve vyhledávacích indexér prohledá svou databázi a vypíše stránky, ve kterých se zadaná klíčová slova objevují. Důležité pro firmy je na jakém místě se zobrazí její stránka, samozřejmě je, že firma chce mít svou stránku umístěnou na prvních místech, aby byla co největší pravděpodobnost, že ji uživatel internetu navštíví. (Hlavenka 2001, s. 113-114)

#### Vyhledávače sledují zadaná slova v následujících oblastech:

- titulek,
- nadpis 1. úrovně,
- text odkazů mířících na stránku z jiného serveru,
- klíčová slova,
- popis,
- adresa URL,
- katalogový popis,
- ostatní nadpisy,
- začátek stránky,
- alty u obrázků,
- text stránky. (Vyhledávače, 2015)

Uvedené body (nejobvyklejší) jsou seřazeny podle důležitosti od největší po nejmenší, i když různé vyhledávače přiřazují těmto kritériím odlišnou váhu. (Vyhledávače, 2015)

#### Bannerová reklama

Významná a viditelná propagace webové stránky. Programy zaměřené na bannerové reklamy umožňují zobrazení bannerů konkrétnímu návštěvníkovi a na konkrétních stránkách. (Hlavenka 1999, s. 105)

### Internetová média

Důležité je zaměřit se na internetové časopisy působící v oboru podnikání firmy, která chce propagovat svou webovou stránku. (Hlavenka 1999, s. 118)

### Aliance a sponzorování

Přítomnost firmy na jiném navštěvovaném webu v podobě malé grafické plochy nebo odkazu na firemní stránky. Další možností je sponzorování soutěží, her a anket, nebo aliance. (Hlavenka 1999, s. 119)

### Odkaz v e-mailu

V dnešní době se jedná o naprostou nezbytnost. (Hlavenka 1999, s. 120)

### Výměnná reklama a propagace

Dvoustranné propagační dohody. (Hlavenka 1999, s. 118-121)

Druhy spolupráce:

- aliance mezi firmou a hojně navštěvovanou webovou stránkou, soutěže a ankety,
- aliance mezi jednou a druhou firmou,
- aliance mezi dvěma webovými stránkami (nejtypičtější). (Hlavenka 2001, s. 141)

### Facebook

Facebook je sociální síť plná nejrůznějších skupin lidí, kteří se mohou stát šířiteli informací o našem podniku nebo nabídce po tom co vytvoříme o našem podniku (nabídce) stránku na této sociální síti. (Hrdlička 2014, s. 26)

## **2. 8 Optimalizace webových stránek**

### Klíčová slova

Klíčové slovo (keyword) označuje takové slovo nebo frázi, kterou nějaký člověk napíše do vyhledávače. Abychom dosáhli vysoké návštěvnosti našich stránek je důležité je přizpůsobit tak, aby obsahovala co nejvíce klíčových slov. Tyto klíčová slova musí být relevantní vůči tomu, co nabízíme na webových stránkách. (Hrdlička 2014, s. 6)

Při optimalizaci webových stránek bychom si měli vybrat zhruba 3 klíčová slova, která co nejlépe vystihují naši nabídku a nejsou na internetu příliš rozšířená. Důležitá je

rovnováha mezi rozšířeností a relevantností. K porovnávání četnosti výskytů daného slova slouží například Google Keyword Tool. (Hrdlička 2014, s. 7)

### SEO a SEM

Optimalizace SEO je zaměřena na jednotlivé úpravy internetových stránek, díky nim se optimalizované webové stránky umisťují co možná nejlépe ve vyhledávačích. (Blažková 2005, s. 84) Jedná se o optimalizaci „na stránce“ a „mimo stránku“. (Hrdlička 2014, s. 9)

Optimalizace „na stránce“ je téměř okamžitý proces. Optimalizace „mimo stránku“ znamená prezentaci našeho webu na jiných webových stránkách, tato optimalizace je časově náročná. (Hrdlička 2014, s. 10)

Proces SEM se skládá z analýzy cílového segmentu klíčových slov, analýzy obsahu webových stránek, optimalizace stránek, registrace stránek ve vyhledávačích a katalogích a monitorování výsledků. (Blažková 2005, s. 84)

### Google Analytics

Jedná se o analýzu webových stránek, která pomáhá měřit a pochopit interakci na webu. Lze vytvořit přehledy a skupiny zákazníků a důležitých údajů. Veškeré informace jde sdílet s ostatními. Mezi nejdůležitější funkce patří sledování zákazníků v reálném čase (kolik zákazníků je na webu, odkud přišli a kterou stránku si prohlíží). Mezi další důležité analýzy patří analýza obsahu, analýza interakcí v sociálních sítích, mobilní analýza, analýza konverzí a analýza inzerce. Na stránkách společnosti Google mohou uživatelé zjistit všechny informace o nabízených funkcích, naleznou zde také návody a příručky pro začátečníky, příběhy úspěšných a semináře a videa, která nabízejí certifikovaní partneři. (Google Analytics, [b.r.] )

Google Analytics lze zároveň používat i s reklamním systémem Google Adwords a tyto dva nástroje propojit. Data z Google Adwords se poté automaticky budou zobrazovat v Google Analytics. Kromě Google Analytics existují další nástroje, které sledují návštěvnost (např. Omniture, Weblog Expert a Site Meter). (Janouch 2010, s. 116-122)



## **2. 8. 1 Postup optimalizace webové stránky**

Následující kroky vedou k optimalizaci webové stránky.

### 1. Název stránky

Jedná se o velice důležitý bod optimalizace. Tento název stránky se objevuje v horní liště internetového prohlížeče. Klíčová slova by se měla objevovat na začátku názvu a celý název nesmí přesáhnout 70 znaků. Každá podstránka by měla mít svůj vlastní název, tímto docílíme většího počtu využití klíčových slov. (Hrdlička 2014, s. 11)

### 2. Meta data

Meta data přímo neovlivňují výsledky ve vyhledávačích. Jde o text, který se objeví ve výsledcích vyhledávačů jako popis dané webové stránky. Je dobré zvolit vhodný text, protože i podle něj se uživatelé rozhodují o návštěvě webu. (Hrdlička 2014, s. 12)

### 3. Nadpisy

Jedná se o zvýrazněné části textu. Klíčová slova budou vyhledávače častěji vyhledávat v nadpisech než v běžných textech, proto je dobré začlenit klíčová slova také do nadpisů. (Hrdlička 2014, s. 13)

### 4. Kaskádové styly

Pomocí kaskádových stylů (CSS) lze nadefinovat nadpisy, odkazy a jiné vizuální textové oblasti. Při optimalizaci webu je vhodnější používat CSS místo HTML, protože stránky budou více relevantní (budou méně obsáhlé a více konkrétní), což zvýší pozici ve vyhledávačích. (Hrdlička 2014, s. 14)

### 5. Obrázky

Obrázky dotváří webovou stránku a zpříjemňují celkový dojem pro návštěvníka webu. Hlavní je s obrázky to nepřehánět a vhodně je pojmenovat, nejlépe začlenit klíčová slova. (Hrdlička 2014, s. 15)

### 6. Informace o doméně

Větší hodnocení ve vyhledávačích dostanou takové webové stránky, které mají zaregistrovanou doménu na delší dobu. (Hrdlička 2014, s. 15)

### 7. Datum poslední návštěvy robota

Jedná se o datum, kdy naposledy vyhledávač (robot) aktualizoval svoji databázi o této webové stránce. Je dobré, aby vyhledávače aktualizovali svoji databázi o dané stránce

co nejčastěji. Toho se dá nejlépe docílit tím, že budeme aktualizovat obsah webové stránky. (Hrdlička 2014, s. 16)

#### 8. Zvolení správné URL adresy

URL je webovou adresou stránky. Jedná se o hůře proveditelný proces a je důležité dodržovat určité zásady. Každá stránka by měla mít svůj pevný název (statické URL). (Hrdlička 2014, s. 19)

### **2. 8. 2 Správné analyzování a zlepšování**

Pro správné analyzování a zlepšování webové stránky je důležité zaměřit se na následující oblasti.

#### Analytický program

Jedním z nejlepších analytických programů je v dnešní době Google Analytics, který je zcela zdarma. Pomocí Google Analytics zjistíme, z jaké stránky k nám návštěvníci přišli a díky kterému klíčovému slovu nás vyhledali. Z přehledných map a histogramů četností se dozvíme z jakého města nebo země pochází. Dalším důležitým ukazatelem je čas strávený na stránce, jestli se jedná o první návštěvu, nebo několikátou a která podstránka je nejvíce navštěvována. Tento výčet informací není zdaleka úplný, Google Analytics poskytuje daleko více užitečných informací. (Hrdlička 2014, s. 35)

#### Jít za svým

Musíme se soustředit na to, co od webové stránky očekáváme a zlepšovat to. (Hrdlička 2014, s. 36)

#### Měřítko úspěchu

Očekávání by měla mít neustále vzrůstající tendenci a časové ohraničení. (Hrdlička 2014, s. 36)

#### Neustálé zlepšování

V dnešní době konkurenčního boje je důležité soustředit se na neustálý rozvoj nejen své webové stránky, ale celého podniku. Vytvářet si stále nové a nové možnosti a cíle. (Hrdlička 2014, s. 37)

## Vyhodnocení

Sledujeme, zda jsme dosáhli předem stanovených cílů. Pokud ano, tak pokračujeme dále ve svém snažení, ale nesmíme polevit v neustálém zlepšování. Musíme také zhodnotit, zda se jedná o dlouhodobý či pouze krátkodobý růst. (Hrdlička 2014, s. 37)

## Klíčové faktory hodnocení:

- počet návštěvníků webu,
- počet konverzí (přeměn návštěvníků na zájemce),
- kolik bylo uzavřeno obchodů za určité časové období,
- počet nových a vracejících se návštěvníků,
- který způsob prezentace firmy nebo produktu má největší efekt (dlouhodobý výsledek a nejvyšší návštěvnost webu),
- která klíčová slova přilákají nejvíce návštěvníků. (Hrdlička 2014, s. 38-39)

Mezi krátkodobé cíle patří obměňování klíčových slov a nalezení té optimální kombinace, optimalizace pro vyhledávače, návštěvy ze sociálních sítí, optimalizace vzhledu a obsahu webu a nalezení vhodného časového intervalu pro posílání e-mailů. (Hrdlička 2014, s. 40-41)

## **2. 9 Mezinárodní webová stránka**

Firemní web se nemusí zaměřovat pouze na českou klientelu, ale může proniknout do světa. Samozřejmostí v dnešní době u úspěšné firmy by měla být mezinárodní verze firemního webu v anglickém jazyce. Nemusí se jednat o přesnou kopii české stránky, většinou se jedná o zkrácení textů a mírně odlišný obsah. Nejlepší variantou je použít kvalitní překladatelskou agenturu. U anglické verze firemního webu je důležitá indexace, což je jediný zdroj návštěvnosti stránek. I u tohoto je vhodné využít služeb, které indexaci a její optimalizaci uskuteční. Další otázkou je zda si firma zaplatí doménu.com. (Hlavenka 2001, s. 118-119)

## **2. 10 Internetový marketing**

Marketing je nástroj pro formování, sdělování, určování a přetvoření nabídky; tato nabídka je hodnotou pro zákazníky a partnery. (Janouch 2010, s. 20)

Internetový marketing je v dnešní době důležitější než marketing klasický. Používání internetu ke zjišťování potřeb zákazníků a také jejich získávání a udržení. (Janouch 2010, s. 16)

Uplatňování marketingu na internetu znamená vytváření webových stránek, reklamy na internetu, marketingový výzkum na internetu, obchodování na internetu a další. Internetový marketing v některých případech vyžaduje odlišný přístup než u klasického marketingu. (Blažková 2005, s. 31)

#### Výhody internetového marketingu:

- lepší zpracování a více informací,
- neustálá dostupnost,
- souhrnnost,
- individuální vztah se zákazníky,
- flexibilní obsah. (Janouch 2010, s. 17)

#### Řízení vztahu se zákazníky (CRM)

Umožňuje získávat data o zákaznících (např. preference, mínění, nároky na produkt). Také se musí věnovat pozornost e-mailům, telefonickým rozhovorům, osobním jednáním, reklamám apod. Nashromážděné informace se zaznamenávají do systému CRM. Informační systémy (moduly CRM) data identifikuje, sjednocuje a analyzuje. (Janouch 2010, s. 19)

#### Pokud chce firma uspět na internetu, musí se zaměřit na:

- vymezit uskutečnitelné cíle,
- identifikovat zákazníka,
- komunikovat,
- nabízet kvalitní výrobky a služby. (Janouch 2010, s. 22)

#### Internetový marketing je proces:

- stanovování cílů, plánů a odpovědností,
- rozdělení finančních a lidských zdrojů, technologií apod.,
- vytvoření prostředí (webových stránek, blogů, sociální sítě apod.) a nástrojů (vztahy s veřejností, podpory prodeje, propagování apod.),
- sledování a hodnocení,

- analyzování a zdokonalování. (Janouch 2010, s. 21)

### Zvyšování atraktivity stránky

Pouze atraktivní webové stránky zaujmou a udrží pozornost návštěvníka. Mezi prvky, které zvyšují atraktivitu, patří v první řadě různé seznamy a žebříčky (např. nejprodávanější zboží a hodnocení zboží). Druhým prvkem jsou články, které zvyšují důvěryhodnost firmy a novinky. Posledním prvkem jsou hlasování a průzkumy. (Janouch 2010, s. 73)

## **2. 11 Informační systém**

Informační systém slouží ke sbírání, přenášení, zpracování, poskytování a uchování dat, které se používají při podnikových činnostech. Jeho součástmi jsou data, lidé, komunikační a informační technologie. Cílem informačního systému je pomoc podnikovým procesům a to řídicím, informačním a rozhodovacím. Na jeho vývoj a chod působí mnoho faktorů. Rozlišují se 3 základní pojmy, a to data, informace a znalosti. Data se skládají z čísel a písmen, může se jednat o celé číslo nebo o řetězec pouze písmen nebo písmen a čísel. Informace jsou data, která mají význam. Znalosti jsou odvozeny z informací pomocí zkušeností. Informační a komunikační technologie jsou softwarové a hardwarové nástroje pro sbírání, přenášení, zpracování, poskytování a uchování dat a pro vzájemné propojení osob a technologických složek. (Sedláček 2010, s. 5-6)

### Varianty řešení vývoje a provozu IS podniku

- IASW – je vytvořen pro konkrétní podnik, podle jeho požadavků (tzv. na klíč).
- TASW – je vytvořen pro určitý typ podniků, ale ve většině případů se musí systém přizpůsobit konkrétnímu podniku.
- Integrovaný balík – systém složený se vzájemně propojených hardwarových a softwarových součástí.
- Vlastními zdroji – vytvořený vlastní firmou.
- Cizími zdroji – vytvořený dodavateli (outsourcing, SaaS). (Sedláček 2010, s. 18)

V praxi se tyto způsoby kombinují. (Sedláček 2010, s. 18)

### **3. Analýza současného stavu**

Analýza současného stavu firmy obsahuje popis podnikatelského subjektu, zhodnocení pomocí analytických metod, zhodnocení konkurence, dotazníkové šetření, analýzu současné webové prezentace, požadavky a možnosti nové webové prezentace a informačního systému.

#### **3. 1 Popis podnikatelského subjektu**

V této kapitole jsou uvedeny důležité informace o penzionu Radost.

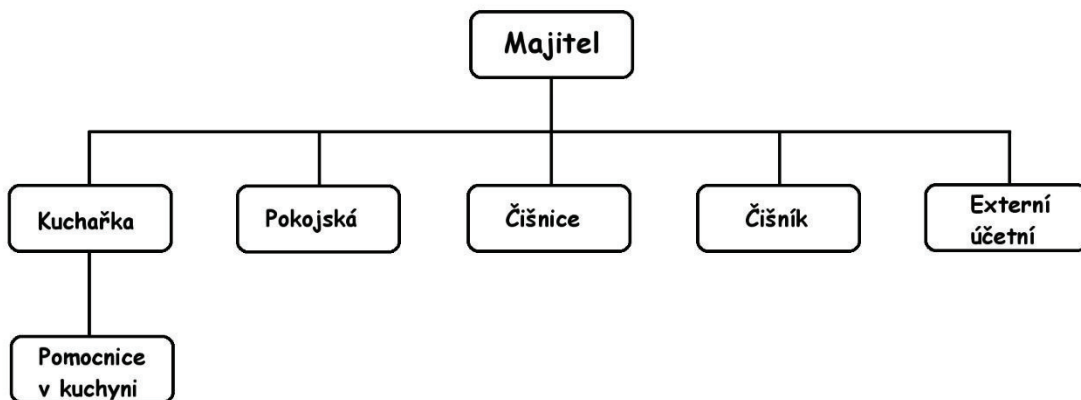
##### **3. 1. 1 Základní údaje o společnosti**

Na zpracování své seminární práce jsem si vybrala penzion Radost. Pension Radost se nachází v obci Černá Voda, která je 20 km od Jeseníku a 15 km od hraničního přejezdu Mikulovice – Glucholazy PL. Okolo penzionu vedou Rychlebské stezky určené pro všechny milovníky cyklistiky a také je v těsné blízkosti Základny Rychlebských stezek, ve které je umístěno infocentrum a půjčovna kol.

Penzion Radost byl otevřen začátkem září v roce 2012. Dříve tento objekt sloužil jako ubytovna a dětský tábor. V penzionu je v současné době 11 pokojů s kapacitou 55 lůžek a v přízemí je hospoda, před penzionem je také možnost stanovat. Ubytování si mohou umýt a uschovat svá kola v kolárně, která je přímo v penzionu. Současný majitel zrekonstruoval prozatím vnitřní prostory nemovitosti a nechal vystavět zastřešenou terasu. Dále má v plánu dovybavit a otevřít kuchyni a z hospody udělat restauraci. (Penzion Radost [b.r.])

##### **3. 1. 2 Organizační struktura a předmět činnosti**

Předmětem podnikání penzionu Radost je hostinská a ubytovací činnost. Majitel penzionu Radost je zároveň provozním a zaměstnává 5 zaměstnanců. O účetnictví se stará externí účetní.



Obrázek 1: Organizační struktura penzionu Radost (Zdroj: vlastní zpracování)

### 3. 1. 3 Vize, mise a cíle

#### Vize

Penzion Radost bude vyhledávaným ubytovacím a stravovacím zařízením v Černé Vodě, bude poskytovat kvalitní služby a bude jedním z nejlepších ve svém oboru.

#### Mise, poslání

- Nabízet zákazníkům kvalitní služby v oblasti ubytování a stravování.
- Zákazníci se budou rádi do penzionu vracet a doporučovat ho ostatním.
- Být vůdčí společností na trhu v okolí Černé Vody.
- Podílet se na rozvoji turismu v okolí Černé Vody.

#### Cíle

- Zefektivnění a zrychlení firemních procesů.
- Snížení administrativní zátěže.
- Aktivní propagace, a tím zvýšení počtu rezervací.

### 3. 1. 4 Hardware a software

V penzionu Radost je zaveden klasický ADSL internet, jeden modem je umístěn v restauraci a druhý v 1. patře, na oba tyto modemy je možné se připojit pomocí WiFi signálu. Na recepci je k dispozici pro personál notebook pro vyřizování rezervací. Notebook má operační systém Microsoft Windows 7 Professional, procesor Intel Core 2 Duo, operační paměť 4 GB, a velikost disku 640 GB.

### **3. 2 Rychlebské stezky**

Rychlebské stezky jsou nezisková organizace, která vytvořila síť cyklistických stezek kolem vesnice Černá Voda. Byly vytvořeny na starých loveckých cestách, které se téměř ztratili ve vegetaci a byly zanedbané. Rychlebské stezky jsou určeny pro cyklisty, kteří mají zkušenosti s jízdou v terénu. Během sezony je důležité dodržovat otevírací dobu a řídit se pokyny, které se cyklisté dozvědí na webových stránkách Rychlebských stezek nebo v infocentru. V informačním centru je také možné koupit mapy, reklamní předměty a základní vybavení na jízdní kola. Součástí informačního centra je také občerstvení a půjčovna kol, kde je možné si objednat i školení od instruktora. Rychlebské stezky začínají a končí v obci Černá Voda kousek od penzionu Radost. K dispozici jsou dva velké okruhy, podél Černého potoka nebo Sokolí Vrch. Mezi jednotlivými úseky je možné přejíždět a zvolit si tak vhodný terén a obtížnost. (Základní informace – Rychlebské stezky © 2011)

### **3. 3 Analytické metody**

V následujících kapitolách je firma analyzována pomocí důležitých analytických metod popsaných v teoretické části a je provedeno shrnutí zjištěných skutečností, jaké má penzion Radost slabé a silné stránky, příležitosti a hrozby. Z tohoto zhodnocení bude vycházet nová strategie firmy a návrhy.

#### **3. 3. 1 Analýza McKinsey 7S**

##### Strategie

Nejdůležitějším cílem penzionu Radost je udržení stávajících a získávání nových zákazníků. Je důležité, aby se neustále firma vyvíjela a poskytovala zákazníkům co možná nejvíce kvalitní služby a aby rozšiřovala své možnosti uplatnění na trhu. Těmito cíli se firma snaží být dostatečně konkurence schopná a zabránit přechodu zákazníků ke konkurenci.

##### Struktura

Kompetence, pravomoci a úkoly jsou ve firmě rozděleny mezi všechny zaměstnance podle jejich vykonávané funkce. Hlavní odpovědnost má provozní penzionu. Organizační struktura firma čítá 6 zaměstnanců a externí účetní.



### Styl řízení

Ve firmě probíhají porady nepravidelně, protože provoz penzionu je prozatím pouze sezónní záležitostí a je otevřen od dubna do října. V sezóně jsou porady zaměstnanců každé pondělí a všichni zaměstnanci mají možnost se podílet na chodu firmy, což je více motivuje.

### Systémy

Komunikace ve firmě probíhá převážně přes e-mail nebo mobil. Firma nemá žádný informační systém a na rezervace ubytování si vytvořila v dokumentech pomocí internetového vyhledávače Google tabulky.

### Spolupracovníci

Pro firmu je důležité, aby byli všichni zaměstnanci motivováni pro svou práci a firma tak dosahovala zisku a zvýšení hodnoty podniku. Motivaci firma provádí pomocí podílení se na rozhodování ve firmě, jak již bylo zmíněno. Další důležitou motivací je finanční ohodnocení zaměstnanců.

### Schopnosti

Jelikož se jedná o menší penzion, zaměstnanci nezlepšují své schopnosti pomocí školení, ale jsou proškoleni vedoucím při nástupu do práce. Zaměstnanci do firmy přinášejí své schopnosti a zkušenosti a dále se učí nové a rozvíjí ty staré při každodenní pracovní náplni ve firmě. Velmi důležitou schopností jsou zejména manažerské schopnosti.

### Sdílené hodnoty

Všichni zaměstnanci penzionu mezi sebou mají přátelské vztahy a ve firmě panuje příjemná atmosféra, což napomáhá zvýšení výkonu zaměstnanců a předcházení konfliktům.

## **3. 3. 2 Porterův model 5F**

### Konkurenti

V obci Černá Voda se nachází několik ubytovacích zařízení a spousta soukromých ubytování. Ale i přesto má penzion Radost velký potenciál díky tomu, že Rychlebské stezky vedou hned vedle penzionu, nabízí největší ubytovací kapacitu v okolí, přímo v penzionu se nachází hospoda a ceny za ubytování patří mezi ty nejnižší v okolí.

### Zákazníci

Zákazníci penzionu Radost jsou lidé z celé České Republiky, z Německa, Polska a Slovenska. I když se většinou jedná o klienty, kteří si mohou dovolit nákladnější a kvalitnější kolo, nutné pro adrenalinovou jízdu v terénu, nemají vysoké nároky na ubytování, a jak sami říkají, stačí jim „střecha nad hlavou“. Majitel se již už od začátku svého podnikání snaží vytvořit příjemné prostředí pro své zákazníky, vnitřní prostory jsou vybaveny převážně dřevěným nábytkem a doplňky. Mezi klienty nepatří jen návštěvníci Rychlebských stezek, ale i milovníci přírody. V penzionu Radost se pořádají různé oslavy narozenin, svatební hostiny, promoce a další. Z dlouhodobého hlediska se očekává nárůst počtu zákazníků díky stále se zvyšující popularitě Rychlebských stezek a jejich neustálé medializaci.

### Dodavatelé

Mezi hlavní dodavatele patří firma ASTUR Jeseník, s. r. o., od kterého penzion Radost kupuje pivo pivovaru Svijany, které prodává ve své hospodě. Tento dodavatel piva byl vybrán jako nejlepší z velkého množství jeho konkurentů. Největší výhodou je dovoz objednaného zboží přímo na místo určení 2x týdně. Zajímavé jsou také letákové akce každý měsíc. Možnost nahradit dodavatele je vysoká a firma o této možnosti uvažuje a v současné době porovnává dodavatelské ceny a kvalitu výrobků.

### Substituty

Substitutem je jakékoliv ubytovací a stravovací zařízení v okolí Černé Vody. Nejúčinnějším bojem proti substitutům je vysoká kvalita a poskytování nadstandartních služeb. Dalším důležitým faktorem je příjemné prostředí a personál. Dalo by se říci, že i nižší cena působí na rozhodování zákazníků, ale u této skupiny není zdaleka rozhodující.

### Hrozba vstupu nových firem

Jednou z největších hrozeb pro penzion Radost je zřízení ubytovacího zařízení v Černé Vodě, které by mělo větší ubytovací kapacitu, možnost stravování a další doprovodné služby. V oblasti poskytování služeb spojených s ubytováním a stravováním je v této lokalitě velký potenciál. Nejdůležitějšími bariérami vstupu na trh jsou dostatečně množství finančních prostředků a podmínky v legislativě. Dalšími důležitými bariérami v tomto odvětví jsou pozemky, zázemí, kapitál a zaměstnanci.

### **3. 3. 3 Analýza PESTE**

#### Politicko-legislativní faktory

Penzion Radost musí dodržovat hygienické požadavky na stravovací a ubytovací zařízení. Dále musí zařídit svým zaměstnancům bezpečnost a ochranu zdraví při práci (poskytnout osobní ochranné pracovní prostředky, mycí, čistící a dezinfekční prostředky; dodržovat požadavky na pracovní prostředí apod.). Nedílnou součástí odpovědnosti každého podnikatele a firmy je dodržování daňových zákonů, zákoníku práce a ostatních zákonů. Stabilita zahraniční a národní politické situace a členství České Republiky v Evropské Unii představují zároveň příležitosti i hrozby.

#### Ekonomické faktory

Jelikož nemalou část zákazníků tvoří obyvatelé mimo Českou Republiku, je pro provozního penzionu Radost důležité sledovat vývoj měnového kurzu. Dále je důležité sledovat vývoj DPH, inflace, úrokové míry a daňových sazeb.

#### Sociální faktory

Zákazníci penzionu Radost nejsou z blízkého okolí, kde je vysoká nezaměstnanost. Do penzionu přijíždí lidé nejen z České Republiky, ale také z Německa, Polska a Slovenska. Díky tomu, že se jedná převážně o návštěvníky Rychlebských stezek, což jsou zkušené cyklisty zvládající technickou jízdu v terénu, převažují muži. Přesto, že se jedná o oblast s vysokou nezaměstnaností, není jednoduché najít vhodnou pracovní sílu. Většina místních obyvatel má pouze základní vzdělání a není ochotna pracovat. Životní úroveň obyvatel je nízká, většina jich pracuje v lomech nebo v lese. Díky Rychlebským stezkám se v posledních letech zvýšil cestovní ruch.

#### Technologické faktory

Pro penzion Radost jsou nejdůležitější technologické inovace ve vybavení kuchyně a hospody (restaurace). Dalším důležitým bodem je zavedení efektivního informačního systému a jeho pravidelná modernizace.

#### Ekologické a klimatické faktory

Ekologické faktory by neměly firmu ohrozit, ale klimatické faktory hrají v oblasti ubytování a stravování velkou roli. I když cyklisté na Rychlebské stezky jezdí za každého počasí, stezky jsou otevřeny většinou od dubna do října. Další skupinou

zákazníků jsou rodiny s dětmi, které jezdí na výlety, tím pádem je počasí pro tyto zákazníky rozhodující.

### **3. 3. 4 Zhodnocení konkurence**

#### Penzion Radost

Penzion Radost nabízí svým návštěvníkům možnost posezení na venkovní terase a využití ohniště nebo grilu. Součástí penzionu je také hospoda, kde si mohou ubytování objednat stravu nebo si vařit ve společné kuchyňce se základním vybavením. Návštěvníci mají možnost si umýt a uschovat svá jízdní kola. Také je zde možnost vzít si s sebou svého domácího mazlíčka. Před objektem je možné stanovat. V penzionu se také nachází kulečnický stůl, stolní fotbal a připojení k WIFI. Rezervovat ubytování je možné telefonicky, e-mailem a rezervačním formulářem na vlastních webových stránkách. (Penzion Radost [b.r.])

#### Hotel Černá Voda

Hotel Černá Voda má venkovní terasu a připojení k WIFI. Součástí objektu je hospoda a restaurace, kde je možné si objednat stravu. Součástí pokojů je televize a hotelový telefon. Objednat ubytování je možné telefonicky a e-mailem. (Hotel Černá Voda © 2008–2015)

#### Chata Maté

Chata Maté nabízí svým ubytovaným venkovní posezení na terase a využití udrny a grilu. V objektu se nachází kulečnický stůl a ping-pong. Součástí chaty je také velká společná kuchyň pro návštěvníky, provizorní hospoda a venkovní bazén. Je zde také možné stanovat a dohodnout se na objednání stravování. Objednat ubytování je možné telefonicky a e-mailem. (Chata Maté [b.r.])

#### Ubytování Rychleby

Ubytování Rychleby má pro své návštěvníky vybudovanou venkovní terasu a připojení k WIFI. Součástí objektu je také plně vybavená společná kuchyňka a místnost pro úschovu kol. Objednat ubytování je možné telefonicky a e-mailem. (Ubytování Rychleby [b.r.])

### Penzion U Pucků

Penzion U Pucků nabízí pro své ubytované možnost vzít si s sebou svého domácího mazlíčka. Součástí penzionu je vybavená společná kuchyňka, piáno a návštěvníci si také mohou půjčit společenské hry. Možnost stanování je pouze po dohodě pro větší skupiny, také je možné domluvit pro návštěvníky možnost stravování. Objednat ubytování je možné telefonicky a e-mailem. (Ubytování U Pucků © 2013)

### Plán Bé

Plán Bé nabízí svým návštěvníkům možnost posezení na venkovní terase, využití společné kuchyňky a umytí a uschování jízdních kol. V celém objektu je připojení k WIFI. Objednat ubytování je možné telefonicky a e-mailem. (Plán Bé [b.r.]

Název zařízení	Cena <sup>1</sup> za ubytování dospělé osoby za noc				Kapacita
	Pokoj s vlastním soc. zařízením		Pokoj se společným soc. zařízením		
	1 noc	2 a více nocí	1 noc	2 a více nocí	
Penzion Radost	320 Kč	280 Kč	260 Kč	220 Kč	55
Hotel Černá Voda	330 Kč	330 Kč	-	-	25
Chata Maté	350 Kč	300 Kč	300 Kč	250 Kč	42
Ubytování Rychleby	300 Kč	250 Kč	-	-	22
U Pucků	-	-	250 Kč	250 Kč	20
Plán Bé	600 Kč	600 Kč	250 / 300 Kč	250 / 300 Kč	15

Tabulka 1: Porovnání cen ubytování (Zdroj: vlastní zpracování)

Tyto největší ubytovací objekty nemají ani jeden online rezervační systém a neposkytují žádné speciální služby k ubytování. U každého ubytovacího zařízení se nachází vlastní parkoviště. Cenová nabídka analyzované konkurence se v podstatě výrazně neliší, nejmenší kapacitu má Plán Bé a největší kapacitu penzion Radost. Většina z vybraných ubytovacích zařízení poskytuje možnost stravování pro ubytované hosty.

#### **3. 3. 4. 1 Zhodnocení konkurenčních webů**

Následující tabulka obsahuje důležité informace o síle jednotlivých webů konkurence a penzionu Radost.

---

<sup>1</sup> V ceně není zahrnut poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt, který činí 12,- Kč

Ubytovací zařízení	Pagerank	Analýza zdroj. kódu	Pozice na Seznamu <sup>2</sup>	Pozice na Googlu <sup>3</sup>	Zpětné odkazy na doménu	Sociální sítě a interakce	Síla webu
Hotel Černá Voda	3	52%	5/10	0/10	3/10	0/10	31%
Chata Maté	3	66%	8/10	8/10	4/10	1/10	45%
Ubytování Rychleby	0	83%	7/10	7/10	1/10	0/10	28%
U Pucků	0	78%	8/10	3/10	1/10	0/10	30%
Plán Bé	0	69%	5/10	5/10	1/10	1/10	26%
Penzion Radost	2	65%	5/10	8/10	5/10	0/10	42%

Tabulka 2: Porovnání webových stránek. (Zdroj: vlastní zpracování dle <http://seo-servis.cz/power-sila-stranky/>)

Podle zhodnocení síly webu je současná webová stránka penzionu Radost druhou nejlepší, ale i tak se jedná o číslo menší než 50%. Je důležité zvýšit pagerank a známku v kategorii sociální sítě a interakce. Vylepšit by se také dal zdrojový kód, pozice na Seznamu a zpětné odkazy na doménu. Díky všem těmto vylepšením se zvýší celková síla webu penzionu. Z konkurenčních webových stránek si nejlépe vede stránka Chaty Maté, dále Hotel Černá Voda, ubytování U Pucků, Ubytování Rychleby a nejhůře je na tom Plán Bé.

### 3. 3. 5 Dotazníkové šetření

Pro svou diplomovou práci jsem vypracovala dotazník, který byl zaměřen na to, co zákazníci požadují od ubytovacích zařízení a jejich webových stránek. Dotazník byl zadán do systému dotazníkové služby Vypĺňto.cz. Dotazníkové šetření mělo 9 otázek a zúčastnilo se ho 195 respondentů.

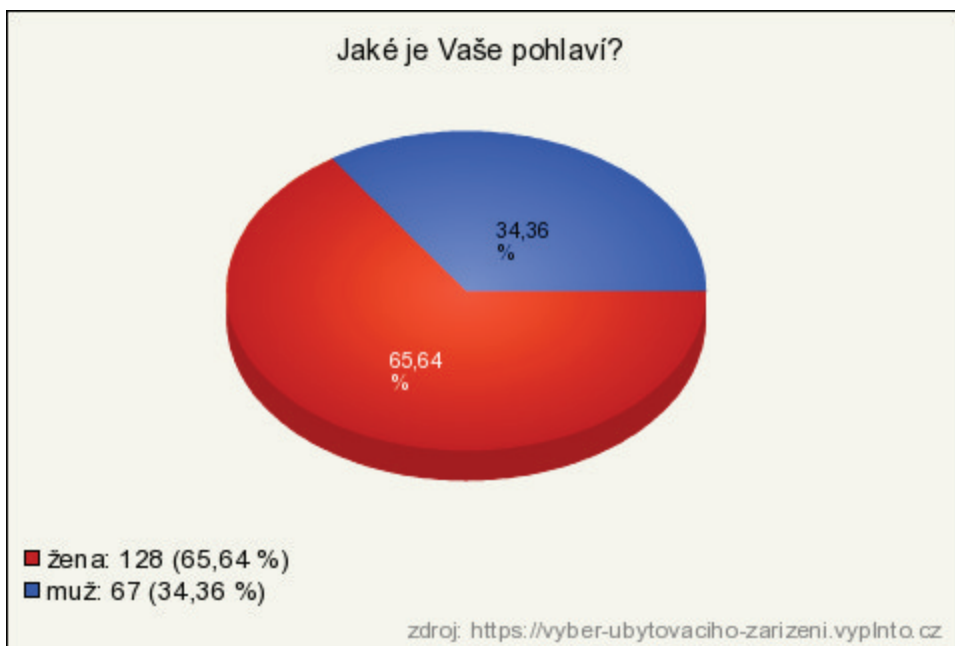
#### 3. 3. 5. 1 Výsledky dotazníku

##### 1. Jaké je Vaše pohlaví?

Z celkového počtu 195 dotazovaných bylo 126 žen (65,64 %) a 67 mužů (34,36 %).

<sup>2</sup> Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulku.

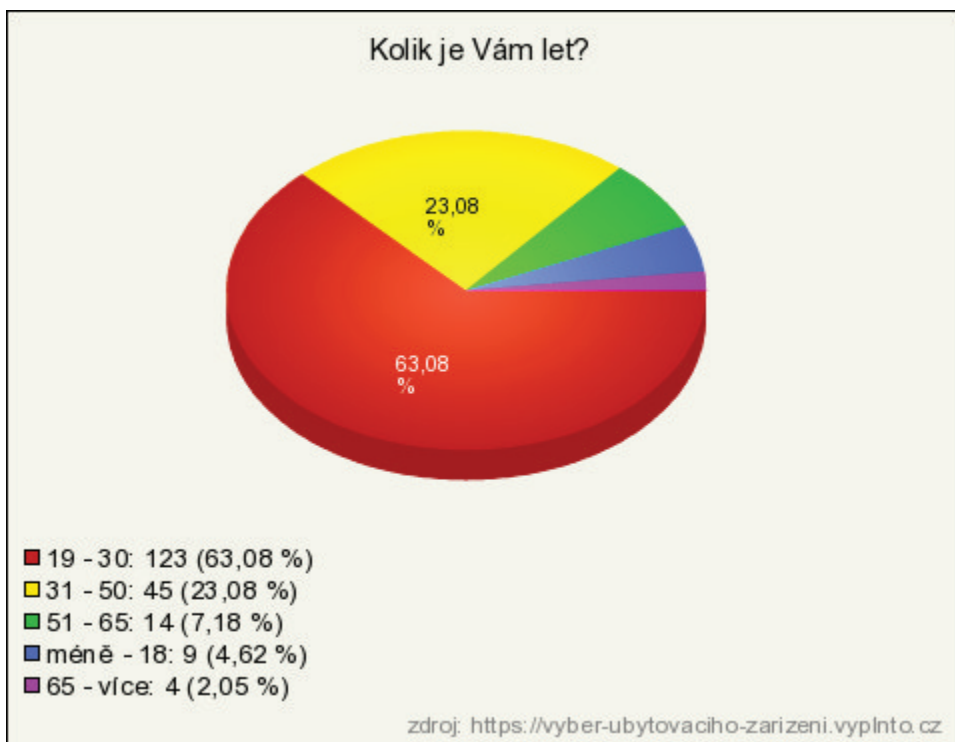
<sup>3</sup> Umístění webové stránky na Googlu po zadání prvních 4 slov titulku.



Graf 1: Jaké je Vaše pohlaví?

## 2. Kolik je Vám let?

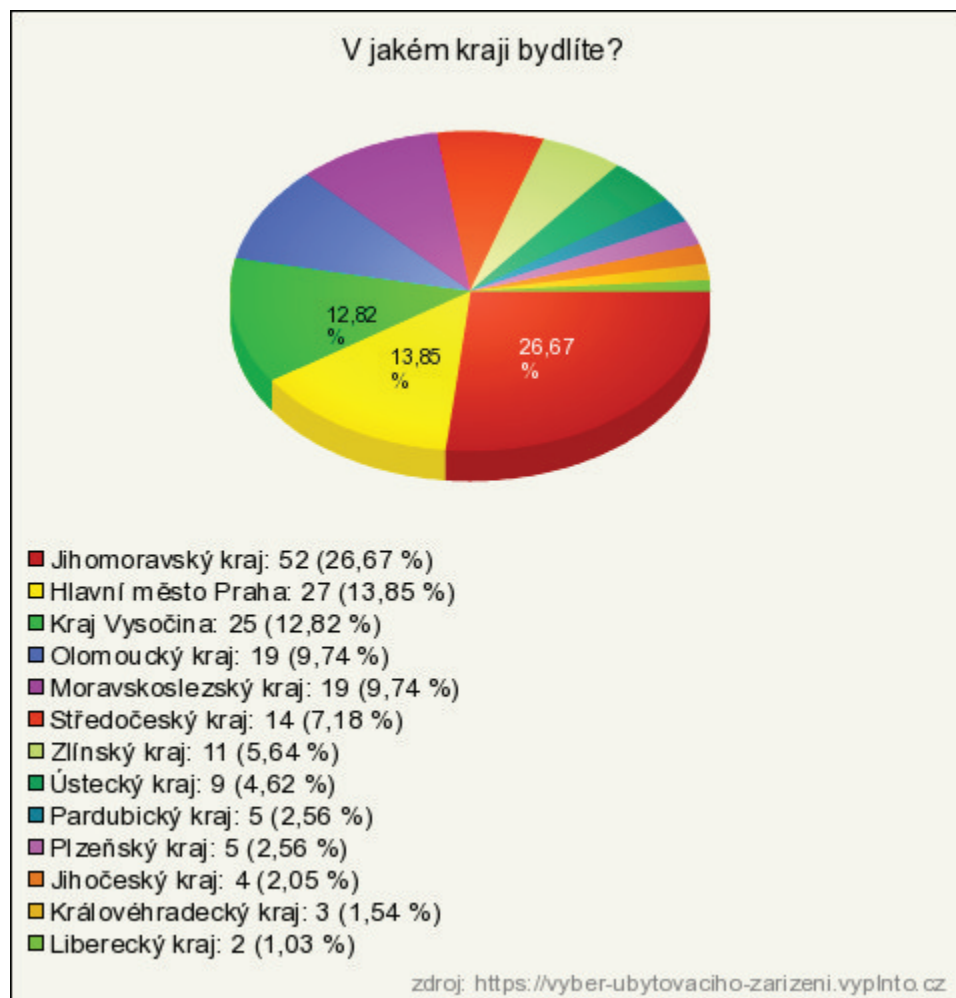
Největší počet z dotazovaných činili respondenti ve věky od 19 do 30 let. Další větší skupinou byly osoby od 31 do 50. 27 dotazovaných bylo ve věkových skupinách do 18 let a více než 50 let.



Graf 2: Kolik je Vám let?

### 3. V jakém kraji bydlíte?

U této otázky se dotazníkového šetření zúčastnili respondenti ze všech krajů, minimální počet respondentů v kraji byl 2 a jednalo se o Liberecký kraj. Nejvíce dotazovaných bylo z Jihomoravského kraje a to 52, což činí necelých 27 %. Další větší skupiny byly Hlavní město Praha a kraj Vysočina, každá měla okolo 13 %.

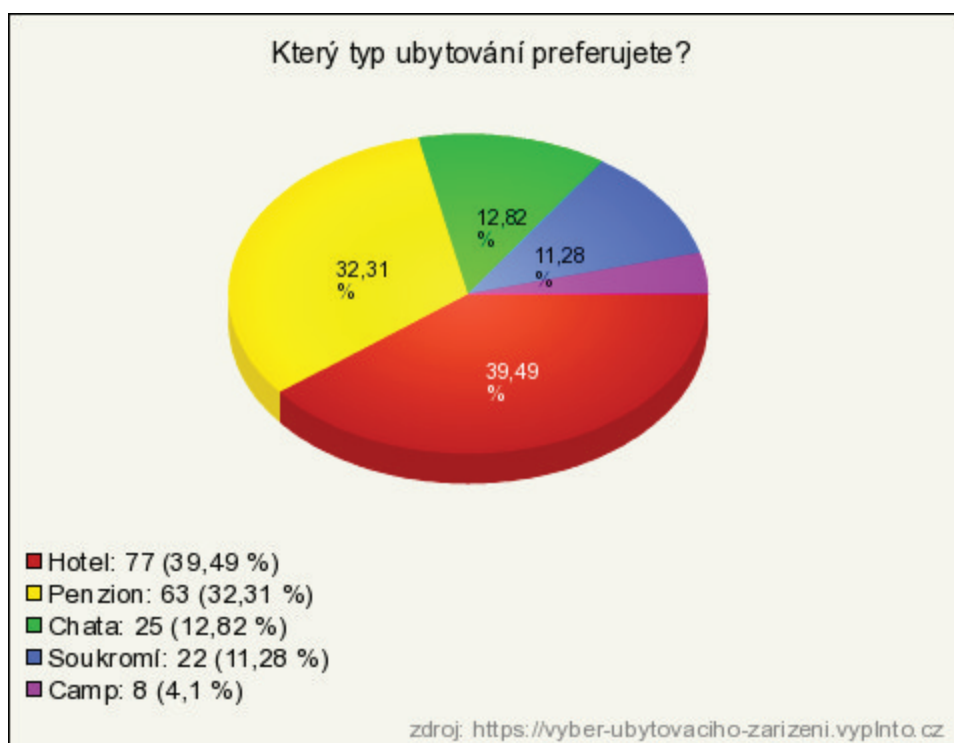


Graf 3: V jakém kraji bydlíte?

### 4. Který typ ubytování preferujete?

Necelých 40 % dotazovaných preferuje ubytování v hotelu a více než 32 % v penzionu. Dále necelých 13 % dává přednost ubytování v chatě, více než 11 % v soukromí a 4 % v campu.





Graf 4: Který typ ubytování preferujete?

#### 5. Jak často navštěvujete ubytovací zařízení?

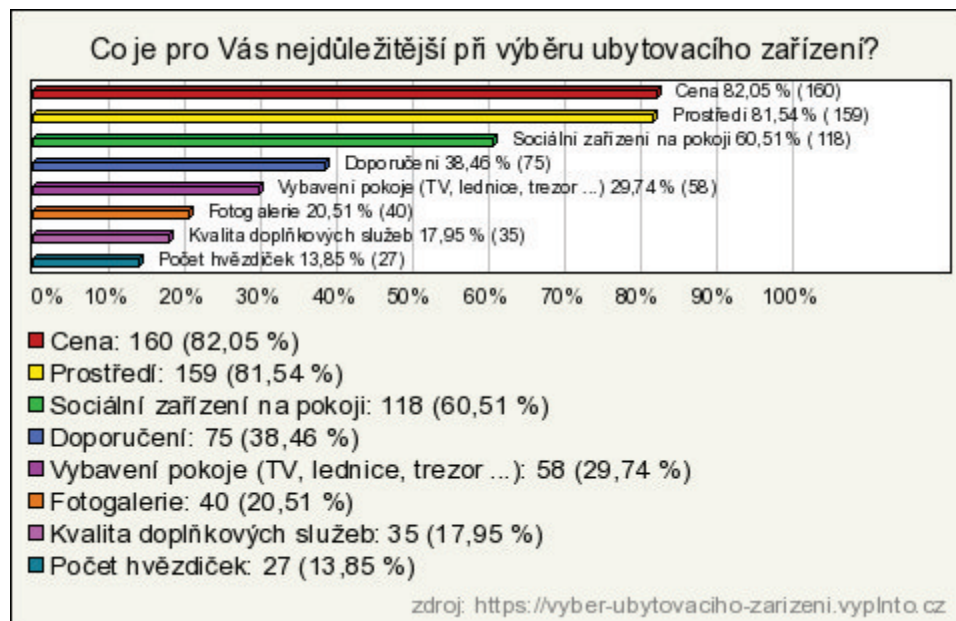
Dvakrát až třikrát ročně navštěvuje ubytovací zařízení necelých 45 % dotázaných, jedenkrát ročně o 8 % dotázaných méně. A zbylých 18,5 % navštěvuje tyto zařízení 4x a vícekrát ročně.



Graf 5: Jak často navštěvujete ubytovací zařízení?

## 6. Co je pro Vás nejdůležitější při výběru ubytovacího zařízení?

V této otázce je pro respondenty nejdůležitější cena a prostředí. Na dalším místě je sociální zařízení na pokoji a pak doporučení, vybavení pokoje, fotogalerie, kvalita doplňkových služeb a na posledním místě se umístil počet hvězdiček.



Graf 6: Co je pro Vás nejdůležitější při výběru ubytovacího zařízení?

## 7. Kde na internetu vyhledáváte ubytovací zařízení?

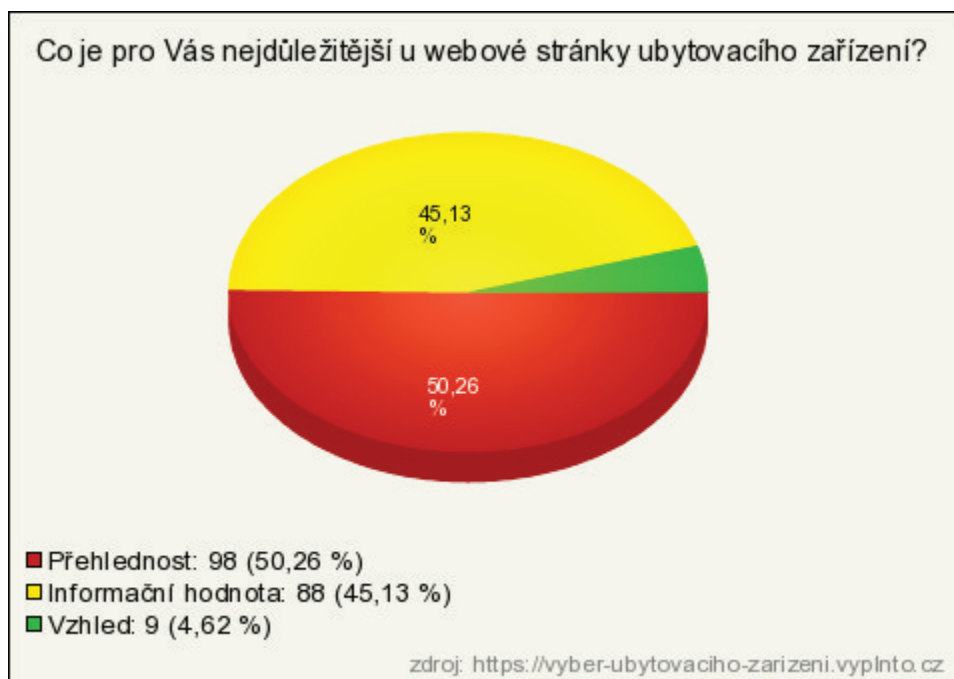
Nejvíce dotázaných vyhledává ubytovací zařízení ve vyhledávačích a to 111 z celkových 195 dotázaných, další 3 možnosti jsou zastoupeny téměř stejně po 36, 28 a 20 respondentech.



Graf 7: Kde na internetu vyhledáváte ubytovací zařízení?

#### 8. Co je pro Vás nejdůležitější u webové stránky ubytovacího zařízení?

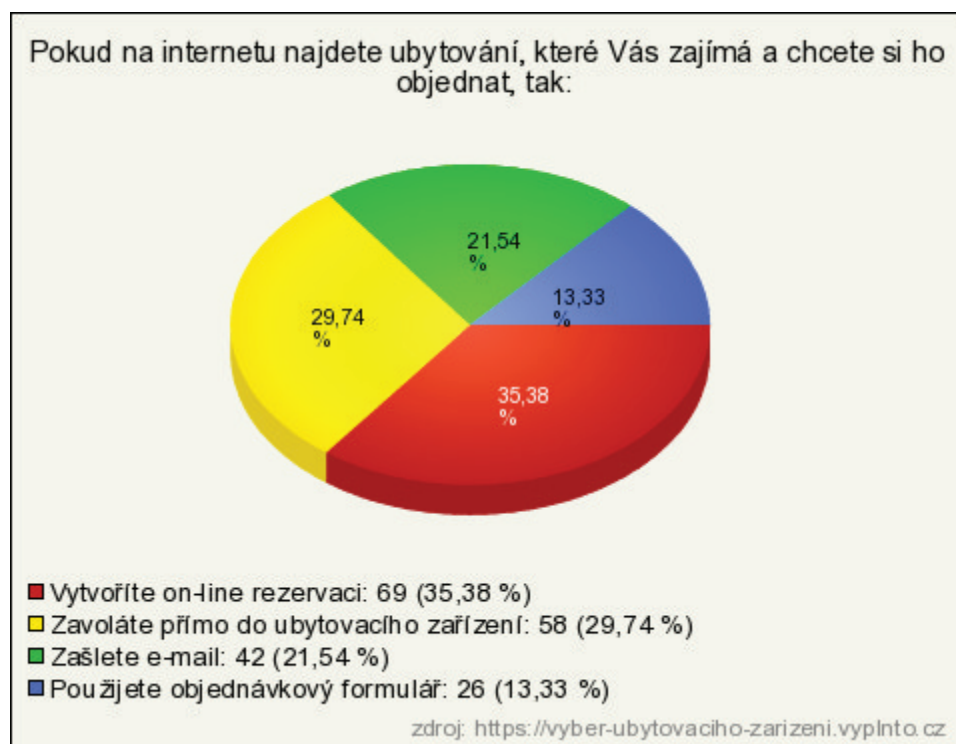
Přehlednost a informační hodnota jsou pro respondenty nejdůležitější u webové stránky, tyto možnosti si vybralo 45 a 50 % respondentů, pro zbylých 5 % je nejdůležitější vzhled.



Graf 8: Co je pro Vás nejdůležitější u webové stránky ubytovacího zařízení?

### 9. Pokud na internetu najdete ubytování, které Vás zajímá a chcete si ho objednat, tak:

Největší skupinu tvoří dotazovaní, kteří si při objednávání ubytování vytváří on-line rezervace a to více než 35 %, další početná skupina zavolá přímo do ubytovacího zařízení (necelých 30 %), 21,5 % dotázaných zašle e-mail a více než 13 % respondentů použije objednávkový formulář.



Graf 9: Pokud na internetu najdete ubytování, které Vás zajímá a chcete si ho objednat, tak:

### **3. 3. 5. 2 Zhodnocení dotazníku**

Více než 63 % dotázaných bylo ve věku od 19 do 30 let, což je hlavní cílová skupina penzionu Radost a více než 23 % dotázaných bylo ve věku 31 až 50 let, což je vedlejší cílová skupina. Díky tomuto zjištění se dá dotazníkovému šetření přikládat vysoká vypovídací hodnota. Z dotazníku vyplynulo, že více než 32 % respondentů preferuje ubytování v penzionech. Pro dotazované je při výběru ubytování na 1. místě cena a prostředí, na 2. místě je sociální zařízení na pokoji a na 3. místě doporučení. Na tyto faktory se také penzion Radost zaměřuje, jeho cena patří mezi ty nejnižší v okolí, ať už se jedná o pokoj s vlastním nebo se společným sociálním zařízením. Pokud se jedná o prostředí, tak majitel penzion neustále rekonstruuje a snaží se vytvořit pro ubytované vytvořit příjemné prostředí obklopené malebnou přírodou, která nabízí mnoho možností na trávení volného času. Před necelými třemi roky měl pouze jediný pokoj své vlastní

sociální zařízení a tato věc byla první, kterou současný majitel změnil a v dalších čtyřech pokojích nechal vybudovat sociální zařízení. Jelikož jsem si vědoma, že doporučení je pro potenciální návštěvníky velice důležité a tento fakt mi vyšel i z dotazníku, součástí nových webových stránek by měla být návštěvní kniha, ve které budou moci ubytovaní psát své názory. Pro většinu respondentů není důležitý vzhled, ale přehlednost a informační hodnota, které dostaly od dotázaných 45 a 50 % hlasů. Proto je důležité se při tvorbě webové prezentace zaměřit především na tyto faktory, ale také nevynechat vzhled, protože všechny tyto složky vytváří celkový dojem z webové stránky. U otázky jakým způsobem respondenti objednávají ubytování, jsou 4 možnosti, ubytování v penzionu Radost je možné si rezervovat 3 způsoby (e-mailem, telefonicky a rezervačním formulářem), možnost on-line rezervace majitel v současné době zavádět nechce, i když tato možnost vedla ve výběru respondentů. Ale i ostatní nabízené možnosti jsou u dotazovaných hojně využívány.

### **3. 3. 6 SWOT analýza**

#### Silné stránky

- využití vlastního know-how, potenciálu kvalifikovaných pracovních sil a znalosti potřeb a zvyklostí regionu,
- populární Rychlebské stezky se nachází v těsné blízkosti penzionu Radost,
- velká ubytovací kapacita (největší v obci),
- velký prostor pro parkování a stanování.

#### Slabé stránky

- v současnosti omezená nabídka teplých jídel,
- malý počet zaměstnanců,
- prozatím nedostatečná reklama,
- v podstatě neexistující informační systém.

#### Příležitosti

- vzrůstající poptávka po ubytování v důsledku vzrůstajícího zájmu po Rychlebských stezkách,
- vzrůstající poptávka po ubytování v důsledku rozšíření o wellness služby,

- možnost rozšíření ubytovací kapacity, díky čemuž se nebudou odmítat poptávky po ubytování,
- zvýšení návštěvníků restaurace při změně hospody na restauraci,
- zvýšení návštěvníků restaurace při stálé nabídce teplých jídel,
- zvýšení tržeb díky rozvozu teplých jídel do škol a firem,
- vzrůstající poptávka po ubytování v důsledku zaměření se na propagaci penzionu Radost.

### Hrozby

- nedůvěra finančních institucí při poskytování úvěrů novým společností pro rozšiřování podnikatelských aktivit,
- náhlý úpadek firem v regionu a snížení tržeb
- obavy z rychlého růstu okruhu zákazníků a tím nedostačující ubytovací kapacity, míst v hospodě a pracovní síly,
- možnost malého zájmu od zákazníků.

### **3. 3. 7 Zhodnocení analýz**

Velkou předností penzionu Radost je, že většina ubytovaných navštěvuje Rychlebské stezky, které leží v těsné blízkosti penzionu. A očekává se neustálý nárůst návštěvníků díky neustále se zvyšující popularitě Rychlebských stezek. Majitel si je ale vědom toho, že je důležité se zaměřit i na návštěvníky, kteří přijedou za přírodou, památkami a klidem, tito zákazníci tvoří druhou velkou cílovou skupinu penzionu, jelikož v okolí je mnoho zajímavých míst, která stojí za to navštívit. Z předchozích analýz vyplynulo, že nedostatkem penzionu Radost a současně i příležitostí je stálá nabídka teplých jídel, a tím pádem přeměna hospody na restauraci. To způsobí zvýšení návštěvnosti a nutnost přijmout další pracovní sílu. Velkým nedostatkem je téměř nulová reklama v okolí penzionu. Majitel penzionu Radost v současné době řeší velké reklamní poutače s pivovarem Svijany, které má v plánu umístit na budovu. Dalším důležitým krokem pro zvýšení návštěvnosti je účinná reklama na internetu a kvalitní webové stránky. V neposlední řadě je také dobré zaměřit se na zefektivnění procesů, především proces ubytování hostů, který je hlavním procesem penzionu Radost. Toho lze docílit dobrým informačním systémem. Díky kterému bude možné lepší sledování hostů a návštěvnosti.

### **3. 4 Identifikace problémových oblastí**

#### Rezervace

Při rezervaci e-mailem dochází ke zdržením, než je konečná rezervace vytvořena, jelikož zájemce o ubytování ve svém prvním e-mailu neposkytne všechny informace důležité k vytvoření rezervace. Tato možnost také vyžaduje od pracovníka na recepci delší časovou náročnost.

Jelikož všechny možnosti rezervace vyžadují přímé zapojení se zaměstnancem na recepci, je tento proces omezený z hlediska času provozní dobou.

Majitel si nepřeje zavedení přímé online rezervace ubytování, kterou by si zákazníci vytvářeli sami na webových stránkách penzionu.

#### Poskytování ubytování

Každé ubytovací zařízení má ze zákona povinnost archivovat údaje o všech ubytovaných obsažené v ubytovacích knihách po dobu minimálně 6 let, z důvodu papírové evidence je tato povinnost náročná na skladovací prostory. Dalším problémem je nedostatečné zabezpečení těchto záznamů v případě živelné pohromy nebo krádeže.

Jelikož se evidence hostů provádí pouze v papírové podobě do ubytovací knihy, tak v případě opakovaného ubytování se musí veškeré informace o hostovi vypisovat znovu, což zvyšuje čas strávený na recepci. Informační systém by tento problém odstranil, hosta, který již byl v minulosti ubytován v penzionu, by bylo možné na základě osobních údajů vyhledat a přiřadit mu další ubytování. Dalším problémovým místem u vedení pouze papírové formy je zpětné vyhledávání, jestli v penzionu byl host již v minulosti ubytován. To lze jedinečně na základě termínu ubytování a osobních údajů.

Jelikož je recepce součástí restaurace, dochází při velké vytíženosti zaměstnanců v rámci restaurace k omezení provozu recepce a tím pádem k prodloužení doby při ubytovávání hostů a následném plnění přání ubytovaných.

#### Vyúčtování ubytování

Největším nedostatkem při vyúčtování ubytování spočívá v nemožnosti platit platebními kartami a absencí bankomatu v okolí, nejbližší bankomat se nachází 25 kilometrů od penzionu.



Při vyúčtování ubytování dochází ke zdlouhavému ručnímu výpočtu konečné ceny za ubytování a předem objednanou stravu, dále musí zaměstnanci ručně vyplnit příjmové pokladní doklady nebo faktury. Vyúčtování ubytování a předem objednané stravy se provádí při příjezdu hosta do penzionu, hosté by uvítali vyúčtování této platby až na konci pobytu.

#### Kapacita

V současné době je kapacita penzionu Radost nevyužitá, a to jak z pohledu lůžek, tak místa pro stany.

#### Propagace

Na budově penzionu a v okolí není žádná reklama. Neplacená propagace penzionu na internetu je pomocí Facebooku, ale tato propagace je omezená a není využit celý její potenciál. Placená propagace penzionu Radost probíhá v současné době pomocí webových stránek [www.rychleby.cz](http://www.rychleby.cz) a [www.rychlebskestezky.cz](http://www.rychlebskestezky.cz).

### **3. 5 Současná webová prezentace**

Na níže uvedeném obrázku je současný vzhled webových stránek penzionu Radost. Od původní verze stránek se značně změnily a vylepšili, ale pořád obsahují mnoho nepotřebných údajů, jejich vzhled není na požadované úrovni a nemají jednotný ucelený vzhled.

Webová prezentace penzionu Radost je v kombinaci modré a zelené barvy. V záhlaví stránky je velká fotografie penzionu a nad ní je hlavní webová navigace rozdělená na ubytování, rezervaci, fotogalerii, turistiku, okolí a kontakt. Součástí hlavní navigace je také ikonka domečku, která odkazuje na hlavní stránku. Je zde také název penzionu a ikonka WiFi, která oznamuje, že v penzionu Radost je bezdrátové internetové připojení. Na pravé straně hlavní strany jsou uvedeny informace týkající se obce Černá Voda a obsahem stránky je popis penzionu Radost, okolí a Rychlebských stezek.





Obrázek 2: Současná webová prezentace penzionu Radost (Zdroj: Penzion Radost [b.r.])

Provozovatel penzionu má zaregistrovanou doménu [www.penzionradost.cz](http://www.penzionradost.cz) u firmy Wedos Internet, a. s. za 151 Kč ročně. K této doméně firma poskytuje také webhosting zdarma, takzvaný miniweb, který nabízí 100 MB prostoru. Majitel požaduje, aby se poskytovatel domény a webhostingu neměnil. Pokud by tedy tento prostor nebyl dostatečný pro vytvoření nové webové prezentace, majitel si objedná neomezený placený webhosting od firmy Wedos Internet, a. s. za 30,25 Kč s DPH/měsíc.

### Ubytování

Tato podstránka obsahuje popis pokojů a společné kuchyňky, rozpis celkové ubytovací kapacity a kompletní ceník. Také je zde uvedena možnost stanování a informace o hospodě, kde je možné se najíst a napít.

### Rezervace

Zde je možné vyplnit rezervační formulář a napsat komentář, nebo si přečíst návštěvní knihu.

### Fotogalerie

Na této podstránce jsou zveřejněny fotografie hospody, pokojů a dalších prostor v penzionu a jeho okolí.

### Turistika

Podstránka s názvem turistika obsahuje popis Rychlebských stezek a zajímavých míst v okolí i s fotografiemi.

### Okolí

Zde je výčet zajímavostí se vzdálenostmi v km od penzionu Radost, cyklotras, turistických tras a skiareálů v okolí. Podstránka obsahuje také odkazy na webové stránky o těchto zajímavostech.

### Kontakt

Na této podstránce je uvedena adresa penzionu, GPS souřadnice, číslo mobilního telefonu, e-mail, skype, ICQ, mapa a informace, že v penzionu Radost není možné platit platebními kartami.

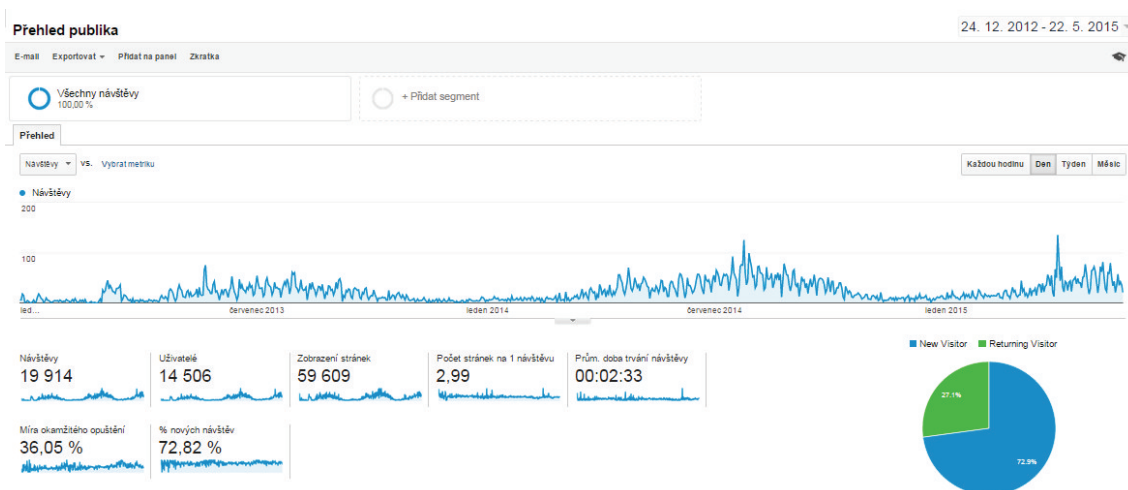
### Zhodnocení současné webové prezentace

Na hlavní webové stránce jsou informace o obci Černá Voda, o Rychlebských stezkách a okolí. Ale informací je mnoho a vše splývá v jednolitý celek. Tento problém se vyskytuje i na podstránce ubytování, i když tady se majitel už snažil o určité rozčlenění. V podstránce rezervace není co vytknout, je zde jednoduchý rezervační formulář s podstatnými náležitostmi a jednoduchá kniha hostů. Ve fotogalerii jsou všechny fotky uspořádány bez určitého pořadí a většina fotek je zastaralá. Podstránka turistika obsahuje zajímavé informace o okolí, ale opět je text jednolitý a nevýrazný. U podstránky okolí jsou odkazy na zajímavá místa, ale podle mě je tato stránka

zbytečná a nejlepší variantou by bylo podstránky turistika a okolí sjednotit do jedné a vybrat ty nejdůležitější informace pro návštěvníky webových stránek. Poslední podstránkou je kontakt, kde jsou nejrůznější způsoby komunikace a informace o nemožnosti platit platebními kartami.

### 3. 5. 1 Zhodnocení pomocí Google Analytics

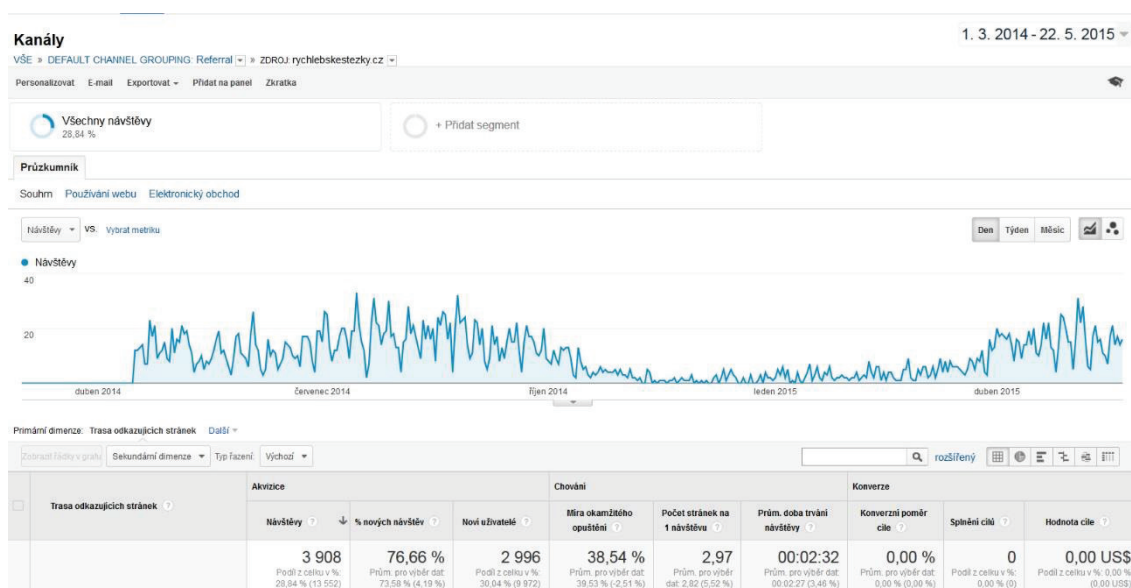
Z níže uvedeného přehledu návštěvnosti vyplývá, že nejvíce návštěv webové stránky penzionu Radost probíhá v letních měsících. Na začátku roku je návštěvnost webu okolo 10-20 lidí, od poloviny dubna se návštěvnost zvyšuje, v letních měsících se pohybuje v průměru okolo 50 návštěv denně. Nejvyššího bodu dosahuje na konci července a od konce září se začíná návštěvnost snižovat. Průměrná doba trvání návštěvy je 2 minuty a 33 vteřin a nový návštěvníci tvoří 72,82 %.



Obrázek 3: Přehled návštěvnosti webové stránky. (Zdroj: Google Analytics)

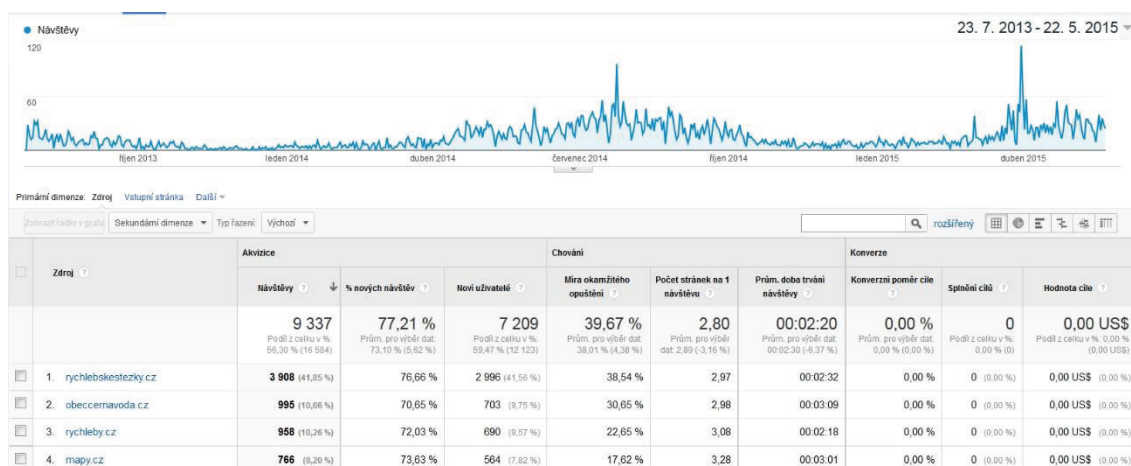
Provozovatel penzionu Radost zaplatil 9. března 2014 částku 1 200 Kč za reklamu na webových stránkách [www.rychleby.cz](http://www.rychleby.cz) a 18. března 2014 zaplatil 10 000 Kč za reklamu na webových stránkách [www.rychlebskestezky.cz](http://www.rychlebskestezky.cz). Jedná se o poplatky za 1 rok. Na začátku letošního roku majitel zaplatil opět 1 200 Kč za reklamu na webových stránkách [Rychleby.cz](http://Rychleby.cz) a 20 000 Kč za propagaci na stránkách Rychlebských stezek a stal se jejich stříbrným partnerem se všemi výhodami s tím spojenými.

Na níže uvedeném obrázku je vidět vývoj návštěvnosti před a po zaplacení propagace na webových stránkách Rychlebských stezek.



**Obrázek 4: Přehled návštěv před a po zaplacení poplatku za propagaci na webových stránkách Rychlebských stezek. (Zdroj: Google Analytics)**

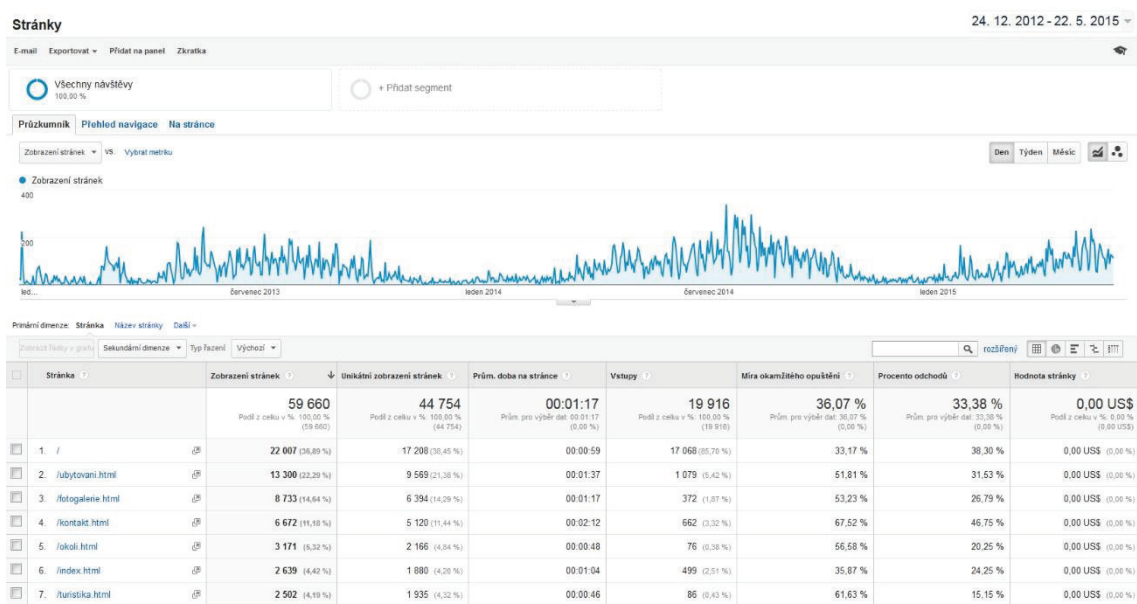
Z dalšího obrázku je jasně viditelné, že největší počet návštěv je uskutečňováno z webové stránky Rychlebských stezek a také ze stránky Rychleby.cz.



**Obrázek 5: Přehled nejčastějších webových stránek, ze kterých jsou uskutečňovány návštěvy webové stránky penzionu Radost. (Zdroj: Google Analytics)**

Z posledního obrázku v této kapitole je vidět zobrazení stránek, míra okamžitého opouštění a procento odchodů z webové stránky penzionu Radost. Nejvíce navštěvovanými stránkami jsou úvodní webová stránka penzionu, kategorie ubytování, fotogalerie a kontakt. Jak již bylo zmíněno výše, kategorie okolí a turistika jsou méně navštěvované a průměrná doba na těchto stránkách se pohybuje okolo 45 vteřin, proto bych doporučovala jejich sloučení a předělání, aby více nalákali potenciální návštěvníky

na vytvoření rezervace v penzionu, díky tomu co vše se nachází v okolí penzionu za přírodní a turistické památky. Největší průměrnou dobu na stránce z hlediska kategorií tráví návštěvníci webu v kategorii kontakt, a to 2 minuty a 12 vteřin, dále v kategorii ubytování (1 minuta a 37 vteřin) a jako poslední čas strávený na stránce nad 1 minutu je v kategorii fotogalerie (1 minuta a 17 vteřin). Nejvíce času by samozřejmě mělo být tráveno v kategorii rezervace, ale při vytvoření této kategorie na začátku letošního roku majitel zapomněl do HTML kódu přidat měřicí kód Google Analytics. Tím pádem by se také celkový čas strávený na webové stránce o mnoho zvýšil.

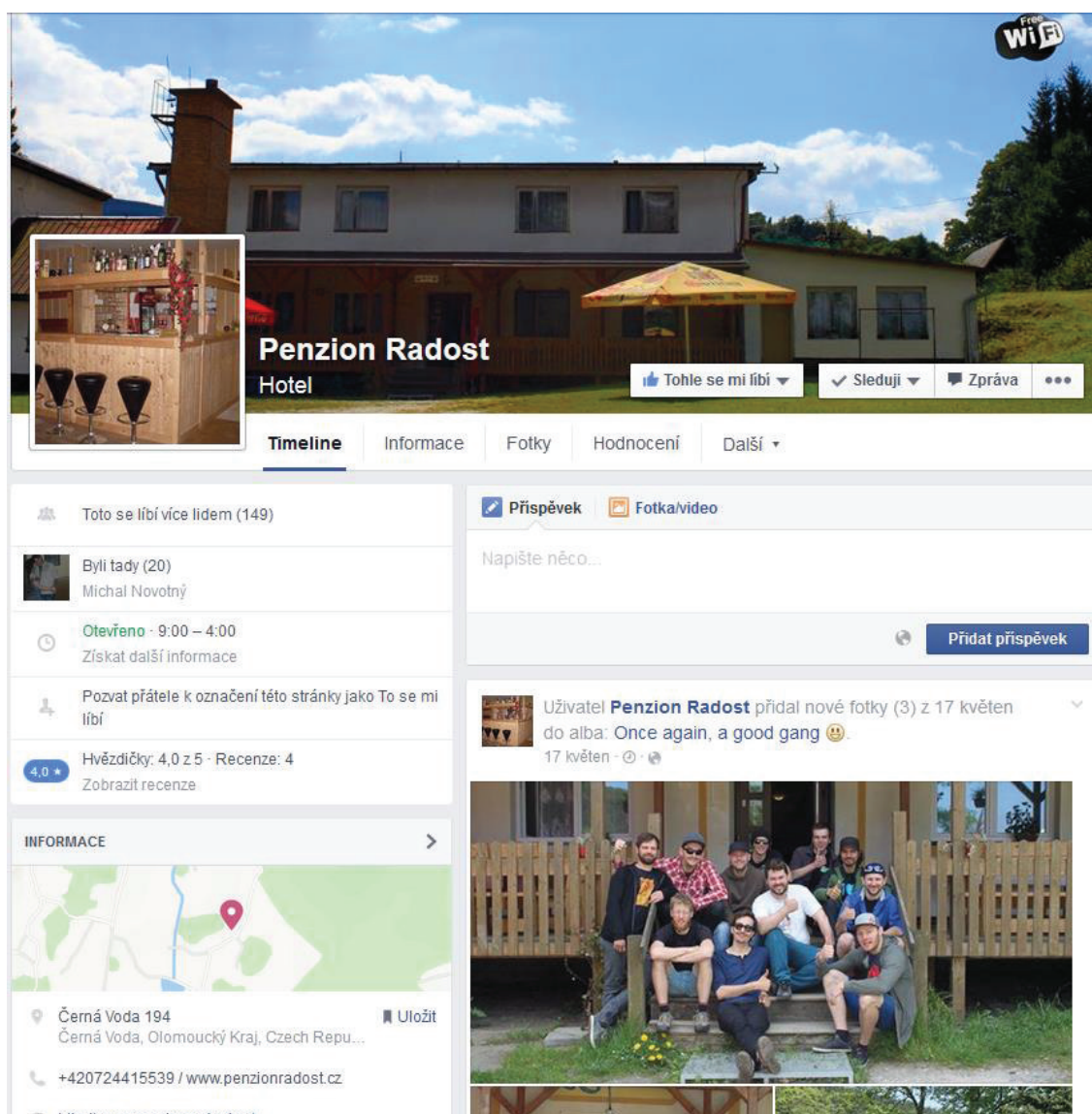


Obrázek 6: Přehled návštěvnosti jednotlivých podstránek webové stránky penzionu Radost (Zdroj: Google Analytics)

### 3. 5. 2 Facebook

Současný profil na Facebooku není aktivně využíván, poslední vložený příspěvek je z poloviny května letošního roku. Recenze na penzion Radost jsou vysoké (4 hvězdičky), ale hodnocení je malý počet. A uživatel sledujících tuto stránku je pouze 149.





Obrázek 7:Současný vzhled profilu na Facebooku (Zdroj: Facebook)

### 3. 6 Analýza požadavků na webovou prezentaci

Web penzionu Radost musí poskytovat základní informace o penzionu a budovat jeho dobrou pověst díky referencím, podporovat nabídku služeb a vztahy s veřejností. Díky Google Analytics bude také web poskytovat informace o průzkumu poptávky a mnoho dalších. Stránky budou splňovat požadavky použitelného a přístupného webu. Propagace webových stránek penzionu elektronickou formou bude realizována především prostřednictvím Facebooku a Instagramu.

Mezi požadavky provozovatele penzionu Radost patří kvalitní redakční systém pro jednoduché vkládání vlastního obsahu na web. Majitel dále požaduje řešení s nízkými

náklady na pořízení a provoz, které bude mít jednoduchý, přehledný, moderní a funkční design. Webová prezentace bude především fungovat jako model B2C.

Pro návštěvníky webových stránek je důležitá jednoduchá orientace na stránkách a rychlé nalezení hledané informace, případně nalezení kontaktu pro další informace.

Majitel firmy chce zachovat v hlavní navigaci webové stránky fotografii penzionu Radost a kategorie rezervace, fotogalerie a kontakt.

Jelikož si majitel současné webové stránky vytvářel sám a má zkušenosti s HTML, CSS, ASP.NET, C#, JavaScript a MySQL, chce si i novou webovou prezentaci vytvořit vlastními silami. Tato varianta znamená nízké náklady, ale vysokou časovou náročnost. I když velké množství rezervací je uskutečňováno jen díky webové prezentaci penzionu, majitel si novou webovou stránku chce vytvořit sám a nechce, aby ji vytvořila nějaká firma za vysoké finanční náklady. Z dotazníku vyplynulo, že je pro návštěvníky webu důležitá přehlednost a informační hodnota a není důležitý vzhled. U webové prezentace penzionu není tak důležitý vzhled jako u klasického elektronického obchodu. Naopak důležitý je kontakt, fotogalerie a základní popis penzionu, ubytování a nabízených služeb.

### **3. 7 Možnosti webové prezentace**

Nejvíce náročné na znalosti a čas je vytvoření webových stránek v jazyce HTML a zkopírování na server. Výhodou je naprostá kontrola, nezávislost a nenáročnost na server. Další možností jsou redakční systémy, u kterých není potřeba programovat a existuje mnoho aplikací např. na vytvoření vlastní diskuse, internetového obchodu, fotogalerie apod. Výhodou je nezávislost a nulové náklady. Nevýhodou je zatěžování serveru, složitost programu a ve většině případů nutnost upravení webových stránek doprogramováním. Poslední zvažovanou variantou jsou klikací webové služby. Výhodou je jednoduchost a většinou nulové náklady. Tento systém není vhodný pro webovou prezentaci penzionu, protože webová stránka nemá vlastní doménu, na stránkách se objevují reklamy a není možné využít zvláštní funkce nebo si něco doprogramovat. Po zhodnocení těchto možností je nejvhodnější varianta pro penzion Radost spojení redakčního systému a programování v HTML. Jelikož má majitel penzionu zkušenosti s programováním, mým doporučením je vytvoření webové

prezentace v redakčním systému a doprogramování v jazyce HTML. Díky programování se finální verze webové stránky může také upravit, aby tolik nezatěžovala server.

V níže uvedené tabulce je přehled pěti používaných redakčních systémů. Rozhodla jsem se porovnat první tři a vybrat ten nejvhodnější.

Pořadí	Aplikace	Absolutní počet domén s instalací	Relativní počet
1.	Joomla	1969	2436
2.	WordPress	1351	1672
3.	Drupal	632	782
4.	PhpRs	42	52
5.	CMS Made Simple	31	38

Tabulka 3: Statistika redakčních systémů ke dni 22.5.2015 (Zdroj: Redakční systémy © 2007-2015)

### 3. 7. 1 Joomla!

Redakční systém Joomla! je zdarma a je založený na PHP. Tento systém je vhodný pro síť, které nejsou veřejně přístupné. A kromě běžných webových stránek se používá i pro řízení majetku, rezervační systémy nebo komplexní firemní adresáře.

#### Silné stránky

- identifikace uživatele lze i pomocí OpenID, Google a LDAP,
- k dispozici je více než 7000 rozšíření a velké množství dokumentace.

#### Slabé stránky

- v případě tvorby jednoduchých webových stránek je systém zbytečně pokročilý. (10 nejlepších redakčních systémů, 2011)

### 3. 7. 2 WordPress

WordPress je redakční systém založený na PHP a je zdarma. Součástí jsou také integrované funkce pro tvorbu sítí blogů nebo je možné také vytvářet viceblogové instalace z jedné základní instalace. Pomocí pluginů a vlastních témat je možné změnit tento redakční systém na sociální síť, diskusní fórum, elektronický obchod a jiné.



#### Silné stránky

- velké množství dokumentace a návodů,
- pomocí neplacených nebo placených pluginů lze vytvořit jakoukoliv formu webu,
- příjemná správa obsahu díky uživatelsky přívětivé nástěnce.

#### Slabé stránky

- v případě tvorby jednoduchých webových stránek je systém zbytečně pokročilý,
- mnoho bezpečnostních problémů jak v průběhu instalace, tak i při používání,
- chybí oficiální podpora, k dispozici jsou pouze uživatelská fóra. (10 nejlepších redakčních systémů, 2011)

### **3. 7. 3 Drupal**

Redakční systém Drupal je zdarma a je založený na PHP. Součástí jsou funkce pro tvorbu interních a externích webů a nástroje pro organizaci obsahu. Tento redakční systém používá mnoho významných společností.

#### Silné stránky

- velká aktivní podpora ze strany komunity (kanály IRC a osobní setkání),
- více než 6000 doplňků,
- mnoho společností poskytuje komerční podporu.

#### Slabé stránky

- v případě tvorby jednoduchých webových stránek je systém zbytečně pokročilý,
- systém tvorby témat je složitý a není dostatek kvalitních neplacených i placených témat. (10 nejlepších redakčních systémů, 2011)

### **3. 7. 4 Zhodnocení redakčních systémů**

Všechny analyzované redakční systémy jsou zdarma a mají k dispozici velké množství rozšíření a dokumentace. Redakční systém WordPress má mnoho bezpečnostních problémů a chybí mu oficiální podpora. A redakční systém Drupal má složitý systém tvorby témat a není dostatek kvalitních neplacených i placených témat. Slabou stránkou všech redakčních systémů je, že jsou pro tvorbu jednoduchých webových stránek zbytečně složité. Ale s touto skutečností by neměl mít majitel problém, jelikož současné

webové stránky si vytvářel sám a má zkušenosti s HTML, CSS, ASP.NET, C#, JavaScript a MySQL.

Kategorie	Joomla!	Drupal	WordPress	Požadováno
Náklady	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma
Licence	open source	open source	open source	open source
Databáze	MySQL	MySQL	MySQL	MySQL
Programovací jazyk	PHP	PHP	PHP	PHP
Oficiální podpora	ano	ano	ne	ano
Veřejné diskuse	ano	ano	ano	ano
Vývojáři třetích stran	ano	ano	ano	ano

Tabulka 4: Zhodnocení redakčních systémů. (Zdroj: vlastní zpracování dle 10 nejlepších redakčních systémů)

### 3. 8 Analýza požadavků na informační systém

V současné době nemá majitel penzionu žádný informační systém. Veškerou e-mailovou korespondenci vyřizuje pomocí excelového souboru s předem nadefinovanými větami a pojmy. Rezervační systém je vytvořen v excelovém souboru na disku u Google.com, kde má majitel firmy vytvořený svůj uživatelský účet. Objednávky a účty hostů jsou zapisovány a vedeny na papírech a účtenkách. Majitel požaduje modernizaci výše zmíněných bodů. Zavedením vhodného informačního systému chce docílit zvýšení efektivity procesů a zkvalitnění poskytovaných služeb. Mezi hlavní požadavky na informační systém patří nízká nákladovost, přehledný rezervační systém, možnost vedení jednotlivých účtů hostů a nastavení ceníku za ubytování a služby. Důležitým požadavkem při výběru informačního systému pro penzion Radost je také, aby byl s českou lokací a uživatelským rozhraním v českém jazyce. Důležité je také při vytváření rezervace propojení informačního systému a e-mailové komunikace, aby bylo možné zpracovat strukturovaný e-mail v informačním systému a nemusel se zdlouhavě vytvářet jako doposud. V současné situaci je pro majitele důležitý rezervační systém, nepotřebuje doplňkové moduly jako např. směnárna nebo skladová evidence.

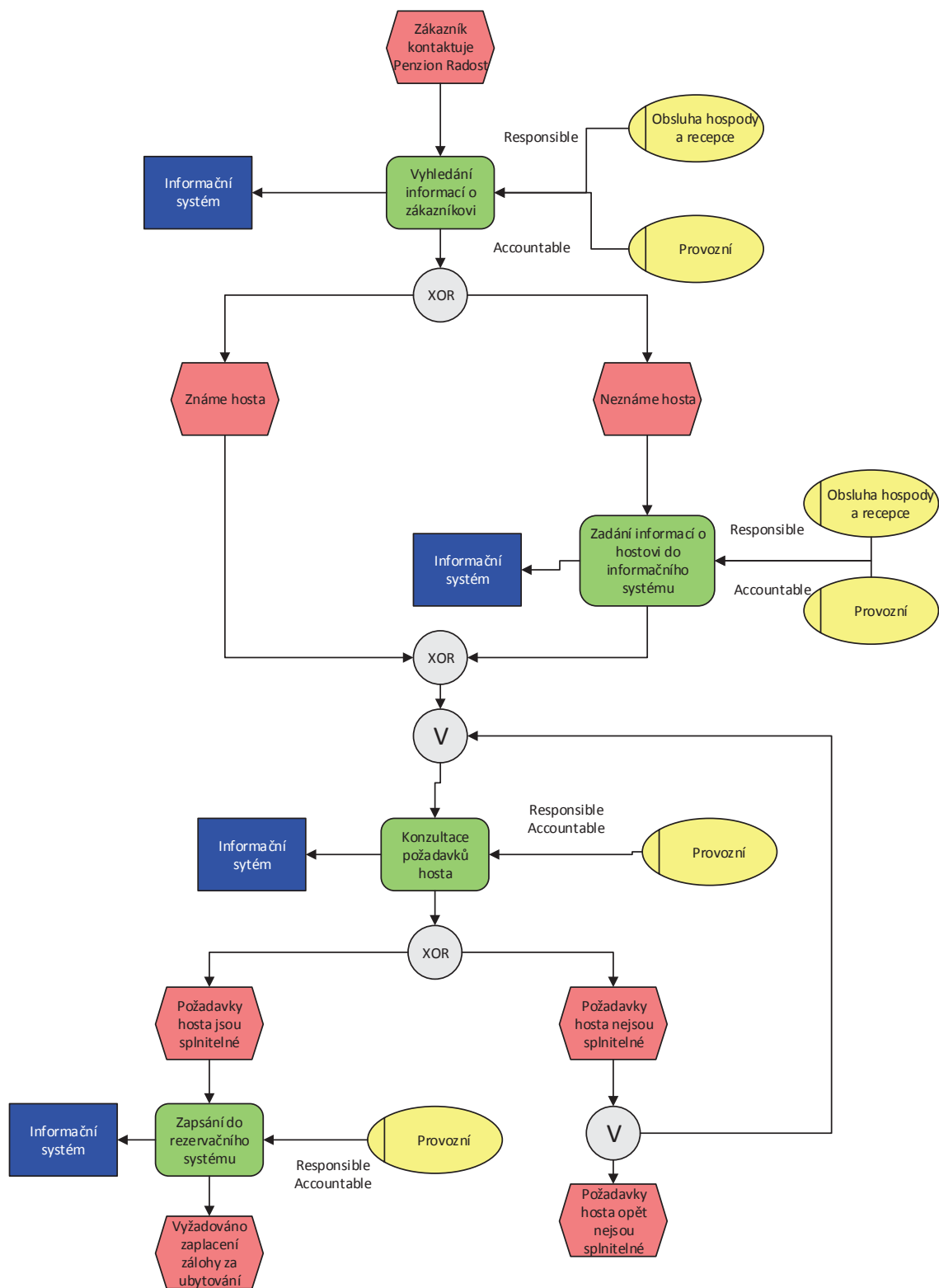
Mezi tři základní způsoby pořízení informačního systému patří pronájem informačního systému, vytvoření vlastního řešení na míru, nebo koupě kompletního řešení. U první možnosti spíše převažují nedostatky před výhodami, druhá varianta je pro penzion

Radost zbytečně nákladná. Jako nejvhodnější varianta byla zvolena třetí možnost, která nevyžaduje žádné nebo jen minimální úpravy.

### **3. 8. 1 Proces ubytování hostů**

Mezi hlavní proces penzionu Radost patří ubytování hostů a informační systém by ho měl především usnadnit a zefektivnit, proto jsem se rozhodla tento proces více analyzovat. Proces je složen z dalších menších procesů. Jako první je rezervace ubytování. Hosté mohou ubytování rezervovat přes telefon, e-mail, rezervační formulář nebo osobní domluvou v penzionu Radost. Pro rezervaci jsou nutné následující informace: jméno a příjmení, datum příchodu a odchodu, počet osob, druh pokoje. Při rezervaci ubytování se také vybírá záloha na ubytování ve výši 50% ceny ubytování. Pro rezervaci si majitel vytvořil sám přehlednou tabulku v programu Microsoft Office Excel. Při příjezdu se hosté nahlásí v recepci, která se nachází v hospodě, zapíší se do knihy hostů, zaplatí doplatek ceny ubytování, vydají se jim klíče a jsou ubytováni. Po dobu svého pobytu mají ubytovaní možnost využívat služeb, které poskytuje hospoda (nealkoholické nápoje, alkoholické nápoje a občerstvení) a mytí kol. Při ukončení pobytu je zkontrolován pokoj pokojskou a jsou předány klíče na recepci. Po opuštění pokoje hosty je pokoj uklizen pokojskou a nachystán pro další hosty.

V EPC diagramu jsem se rozhodla zpracovat začátek procesu ubytování zákazníků. Proces začíná v okamžiku, kdy zákazník (host) kontaktuje zodpovědného pracovníka penzionu Radost přes telefon, e-mail, registrační formulář nebo osobní domluvou v penzionu Radost. Zodpovědný pracovník se podívá do informačního systému, zda zde byl tento zákazník ubytován dříve. Pokud ne, musí zodpovědný pracovník zadat do informačního systému následující informace: jméno, datum příchodu a odchodu, počet osob, druh pokoje. V této fázi se může rezervace ubírat dvěma směry, buď máme dostatečnou kapacitu a možnosti pro splnění zákaznických požadavků, nebo nemáme a nejsme schopni splnit jeho přání. V takovém případě zodpovědný pracovník opět kontaktuje zákazníka a pokusí se se zákazníkem upravit jeho přání a požadavky, pokud nechce od svých požadavků ustoupit, musíme ho bohužel odmítnout. Pokud jsou požadavky hosta splnitelné, je vyžadována záloha za ubytování a poté je vytvořena rezervace.



Obrázek 8: Rezervace ubytování. (Zdroj: vlastní zpracování)

### 3. 9 Možnosti informačního systému

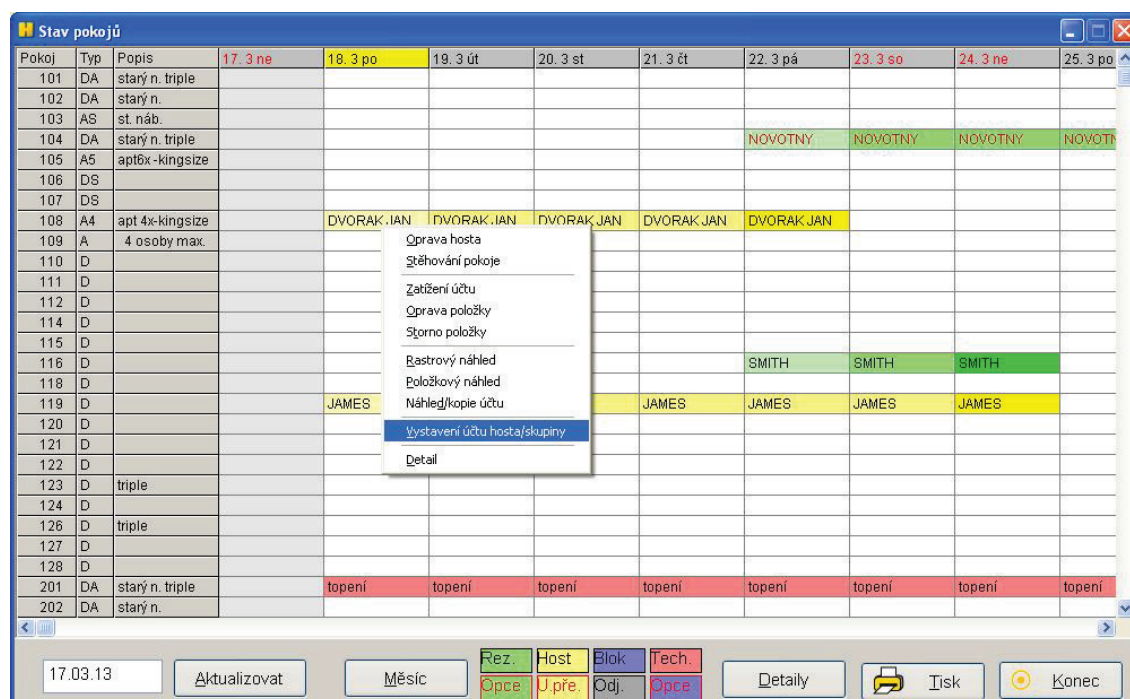
Pro svou diplomovou práci jsem si vybrala 3 následující informační systémy zabývající se rezervační a ubytovací činností, jelikož je to hlavní činnost penzionu Radost. Informační systémy jsou z různých cenových kategorií s různými možnostmi využití a doplňkových modulů.

#### 3. 9. 1 Hores

Informační systém HORES od firmy HORES PLUS s.r.o. V ceně balíčků do 20 pokojů je základní hotelový software, 1 den školení, instalace a také libovolný modul z 10 nabízených. Firma nabízí ke stažení DEMO verzi. (HORES komplexní hotelový software. Hotelový systém. © 2015)

Základ systému obsahuje všechny důležité funkce a nástroje jako interaktivní grafické štafle, rezervace, práce s hostem, pokladna, pokoje, banka hostů a reporty.

Firma Hores také nabízí doplňkové moduly, mezi ně patří doplňkový prodej, fakturace, wellness, rezervace akcí, sportoviště, garáže a plán plnění. (HORES komplexní hotelový software. Hotelový systém. © 2015)



Obrázek 9: Hotelový software HORES. (Zdroj: HORES komplexní hotelový software. Hotelový systém. © 2015)

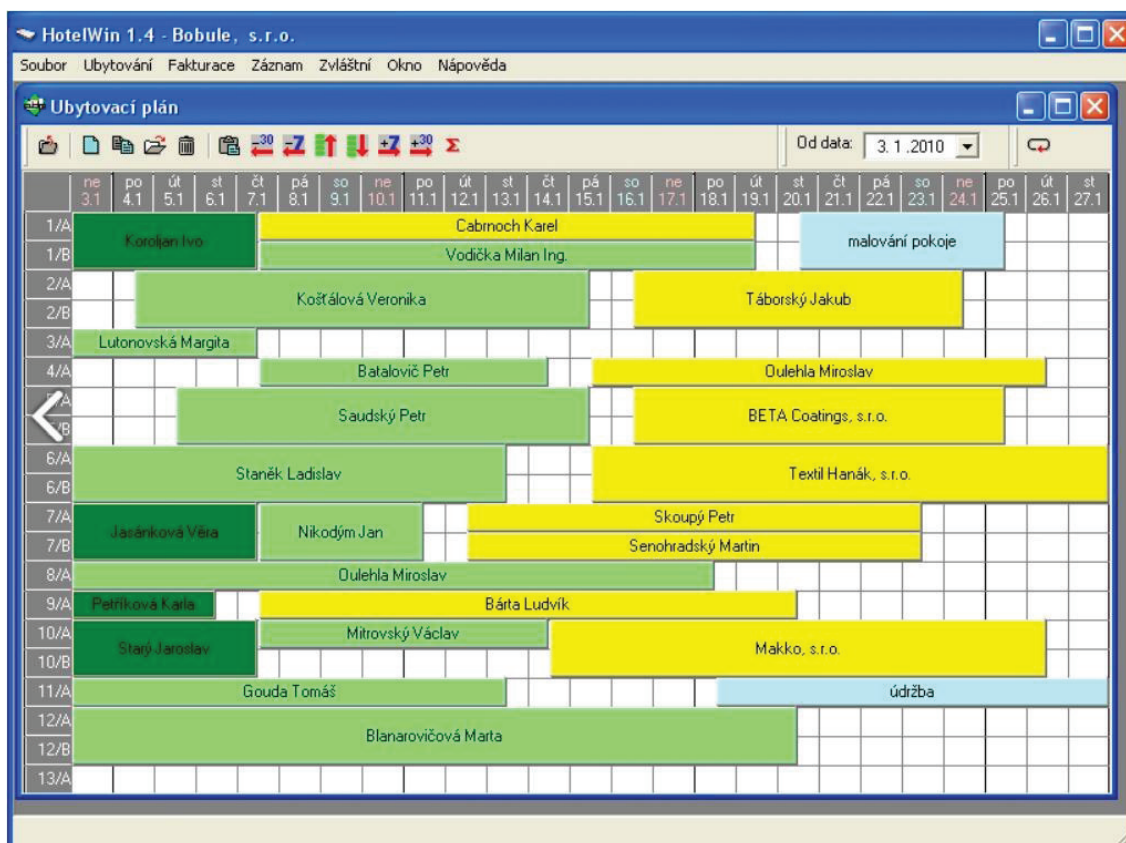
### **3. 9. 2 HotelWin 1**

Jedná se o rezervační a ubytovací software s fakturací a pokladnou. Program umožňuje evidenci rezervací, hostů, účtů hostů, denních přehledů, přijatých hotovostí, přehledů přijaté a vrácené hotovosti a fakturaci. Je také možné sledovat ubytování a účty hostů na jednotlivých lůžcích. Varianta HotelWin 1 je pro ubytovací zařízení do 25 pokojů. (Hotelový systém HotelWin [b.r.] )

Software HotelWin 1 obsahuje:

- grafický kalendářový ubytovací plán,
- knihu hostů,
- kartu hosta,
- denní plán nástupů a ukončení ubytování,
- množství vyhledávání, třídění, výběrů a součtů,
- přednastavené výpisy,
- fakturaci a pokladnu. (Hotelový systém HotelWin [b.r.] )

V uživatelském nastavení lze zvolit požadovanou úroveň podrobnosti (hotel jde rozdělit na jednotlivé budovy (chatky) nebo na podlaží, pokoje a jednotlivá lůžka) a její barevné rozlišení. Je zde také možnost nastavení ceníku za ubytování a za ostatní služby. Je k dispozici také síťová verze programu a jednotlivým uživatelům je zakázáno, povoleno částečně nebo povoleno bez omezení provádět úlohy, operace a zpracování. K tomuto softwaru je poskytován podrobný návod, neomezená technická podpora zdarma a možnost školení. Jako požadavky na hardware výrobce uvádí PC Pentium a vyšší s OS Windows 98, XP, Win 2000, Vista a Win 7. (Hotelový systém HotelWin [b.r.] )



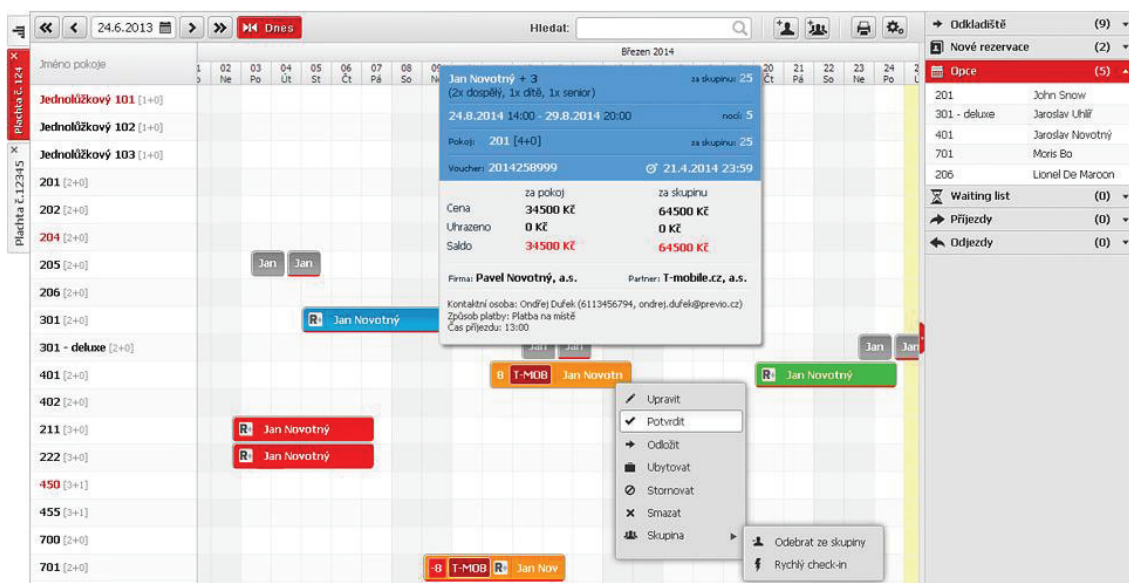
Obrázek 10: Rezervační a ubytovací software HotelWin 1. (Zdroj: Hotelový systém HotelWin [b.r.])

### 3. 9. 3 Previo

Systém Previo Pro nabízí napojení na české i zahraniční portály, uživatelské účty a práva, správu rezervací a opcí, databázi hostů a firem, administraci webových stránek, mailing, pokladnu, evidenční knihu, domovní knihu, reporty ČSÚ a MěÚ, účetní doklady, manažerské reporty a statistiky, úklid pokojů, napojení na jiné systémy (restaurační, účetní apod.) a historii rezervací. (Previo rezervační systém. © 2015)

Jedná se o webovou aplikaci, takže je přístupná přes webový prohlížeč. V systému jsem jednotlivé pokoje rozděleny na interaktivní plachty. Zajímavé jsou přehledné grafy, které nabízí všechny důležité údaje pro efektivní řízení ubytovacího zařízení. Součástí je také kusový skladový systém pro zaznamenávání zboží na prodej. (Previo rezervační systém. © 2015)





Obrázek 11: Recepční systém Previo. (Zdroj: Previo rezervační systém. © 2015)

### 3. 9. 4 Zhodnocení informačních systémů

Nabídka základních funkcí vybraných informačních systémů je v podstatě stejná, liší se jen doplňkovými funkcemi, cenou a vzhledem. U softwaru HORES je pro penzion Radost zajímavý dodatečný modul doplňkový prodej, ale z pohledu majitele není nutnost tuto evidenci mít. Dále HORES nabízí mnoho dodatečných funkcí, které penzion Radost nevyužije a jsou pro něj zbytečné. Rezervační a ubytovací software HotelWin 1 nabízí uživatelům základní funkce a jednoduchý vzhled. K tomuto softwaru je poskytován podrobný návod, neomezená technická podpora zdarma a možnost školení. Systém Previo je přístupný přes webový prohlížeč a nabízí kromě základních funkcí také napojení na jiné systémy, např. restaurační a účetní. Jeho součástí je také kusový skladový systém.

#### Kalkulace nákladů na informační systémy

HORES

32 900 Kč

(cena obsahuje základní hotelový software, libovolný modul nebo interface, 1 den školení a instalaci)

servis

1 500 Kč

(tuto službu je nutné platit minimálně po dobu prvních 6 měsíců od nákupu softwaru)

HotelWin 1

4 900 Kč

(neomezená licence na 1 PC)



Previo<sup>4</sup>

12 500 Kč

(jednorázová cena při pořízení softwaru)

Poplatek za užívání

440 Kč / měsíc

Z tabulky 3 je patrné, že největší náklady v 1. roce pořízení by byly na informační systém HORES a to 41 900 Kč, tato částka zahrnuje pořizovací cenu a náklady na servis. V dalších letech by byly náklady na tento systém nulové. Náklady na informační systém HotelWin by činily v 1. roce 4 900 Kč a v dalších letech by byly nulové. A náklady na poslední analyzovaný informační systém Previo by byly v prvním roce 17 780 Kč, tato částka zahrnuje pořizovací jednorázovou cenu a měsíční poplatek za užívání, v dalších letech by částka na provoz činila 5 280 Kč. Jednorázová cena i měsíční poplatek za užívání softwaru Previo je vypočten pro 11 pokojů.

Informační systém	Roční náklady <sup>5</sup>	
	1. rok	2. rok a dále
<b>HORES</b>	41 900 Kč	0 Kč
<b>HotelWin 1</b>	4 900 Kč	0 Kč
<b>Previo</b>	17 780 Kč	5 280 Kč

Tabulka 5: Kalkulace nákladů na informační systémy. (Zdroj: vlastní zpracování)

---

<sup>4</sup> U informačního systému Previo jsou ceny určeny pro 11 pokojů, které má v současné době penzion Radost.

<sup>5</sup> Ceny jsou uvedeny bez DPH a v kalkulaci se počítá s náklady za servis pouze u softwaru Hores, kde je nutnost platit tuto službu minimálně prvních 6 měsíců od pořízení softwaru.

## **4. Návrh řešení**

V této kapitole bude zvoleno řešení, které odpovídá požadavkům, odstraňuje nedostatky a hrozby a zaměřuje se na silné stránky a příležitosti zjištěné v analytické části. Jsou zde také zhodnoceny návrhy z pohledu splnění požadavků a uvedena finanční a časové náročnost a přínosy daného řešení.

### **4. 1 Návrh webové prezentace**

Na základě požadavků a všech kritérií jsem se rozhodla vybrat vytvoření webové prezentace pomocí redakčního systému Joomla!, který je zdarma a má k dispozici velké množství rozšíření a dokumentace. Tento redakční systém nejvíce odpovídá požadovaným funkcím a kritériím.

Vytvoření webové prezentace je pro firmu velice důležité, protože může rozšířit oblast svého podnikatelského působení. Firma může své produkty a služby nabídnout mnohem většímu počtu zákazníků. A tím spíše to platí pro podnik jako je penzion Radost, jelikož jeho zákazníci pocházejí nejen z celé České Republiky, ale také i ze zahraničí a nejčastější způsob jak se o penzionu Radost dozvědí, jsou jeho webové stránky. Z webových stránek přichází většina návštěvníků penzionu, proto je důležité se na ně zaměřit a věnovat dostatek času jejich optimalizaci, aby vyhovovaly jak požadavkům a kritériím majitele, tak i očekáváním a přáním návštěvníků.

Grafický design webové stránky byl navržen tak, aby odpovídal požadavkům, tedy aby byl jednoduchý, přehledný, moderní, funkční a zaujal co nejvíce potenciálních zákazníků. Nejvyšší důraz by měl být kladen na titulní stranu, protože hlavní stranu vidí zákazník jako první a podle toho jak se mu líbí a jak obtížně se vyhledávají informace, které potřebuje, se rozhodně jestli na stránce zůstane nebo ji opustí. Také je důležité správné uspořádání a využití klíčových slov.

Mezi hlavní požadavky majitele na webovou prezentaci patří také nízké náklady na vytvoření a provozování. Ale je důležité si uvědomit, že čím více se snižuje finanční náročnost, tím více se zvyšuje náročnost časová. Vzniká nutnost získat nové znalosti a zkušenosti.

Návrh nové webové prezentace pro penzion Radost jsem vytvořila v grafickém editoru GIMP. Při jeho tvorbě jsem vycházela ze současné webové prezentace penzionu, všechny texty použité v návrhu jsou převzaty ze současných webových stránek.



Obrázek 12: Návrh nové webové prezentace penzionu Radost. (Zdroj: vlastní zpracování)

V záhlaví stránky je hlavní navigace webové stránky, kde zůstala zachována fotografie penzionu Radost a kategorie rezervace, fotogalerie turistika a kontakt. Nad kategoriemi

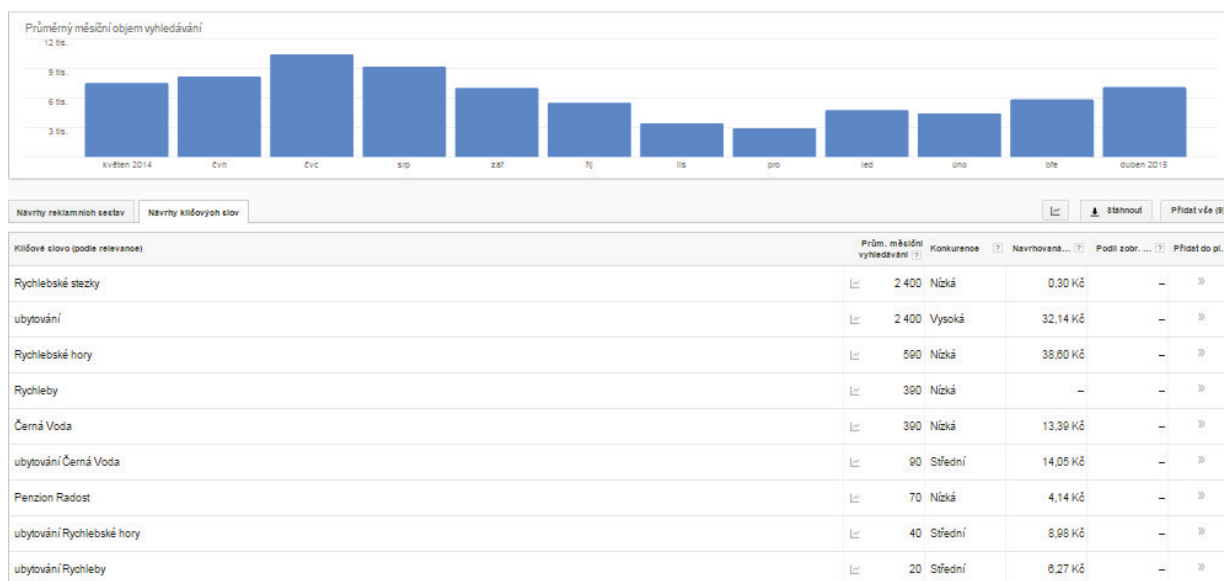
je umístěna ikonka WiFi a kontaktní mobil a e-mail. Součástí hlavního panelu je také název penzionu, tlačítko rezervace a informace, že ceny pokojů jsou od 220 Kč/osoba/noc a výřez fotografie pokoje. Uprostřed stránky je stručný popis o tom co nabízí penzion Radost a pod ním jsou umístěny 3 fotografie s popisy. Tyto fotografie jsou převzaty z kategorie fotogalerie a texty k nim ze zrušené kategorie ubytování. Po pravé straně webové prezentace je panel s aktualitami a propojení s profilem na Facebooku. Panel aktualit slouží pro zobrazování aktualit, soutěží a akcí. V zápatí stránky se nachází kontaktní informace.

V kategorii fotogalerie bych doporučovala jednotné a přehledné uspořádání fotografií. Součástí kategorie rezervace by měl být rezervační formulář, návštěvní kniha s komentáři hostů, ceník ubytování a odkaz na podmínky ubytování. Původní kategorie turistika a okolí bych spojila do jedné s názvem turistika a vybrala jen ty nejdůležitější zajímavosti v okolí. Kategorie kontakt by měla zůstat stejná, případně bych mapu penzionu z webových stránek <http://mapy.cz/> vyměnila za mapu ze stránek <https://www.google.cz/maps/>.

Tento vzhled webové stránky není konečný a slouží pouze jako návrh, který ukazuje rozložení prvků, náležitosti stránky a funkcionalitu. Návrh je možné dát grafikovi, aby byl vzhled profesionálně upraven, nebo je možnost koupit šablonu.

#### **4. 1. 1 Klíčová slova**

Pomocí nástroje Google AdWords jsem analyzovala následující klíčová slova a při tvorbě nové webové prezentace bych doporučovala zaměřit se na taková klíčová slova, která jsou vyhledávaná a zároveň mají nízkou nebo střední míru konkurence. Majitel by si měl vybrat taková klíčová slova, která souvisí s tím, co nabízí a co možná nejvíce je začlenit do obsahu webové prezentace. V případě penzionu Radost by se mohlo jedna o klíčová slova jako Rychlebské stezky, Rychlebské hory, Černá Voda i penzion Radost. Který má průměrně za měsíc 70 vyhledávání.



**Obrázek 13: Přehled klíčových slov. (Zdroj: Google AdWords [b.r.] )**

#### 4. 1. 2 Zhodnocení požadavků

Majitel se rozhodl, že webové stránky si vytvoří sám, díky tomu je požadavek na nulové náklady na pořízení a provoz splněn. Musí pouze obětovat svůj volný čas, nejvíce ho vynaloží na grafickou úpravu, jako základ mu poslouží staré webové stránky.

Návrh webové prezentace byl navržen tak, aby odpovídal požadavkům, tedy aby byl jednoduchý, přehledný, moderní, funkční a zaujal co nejvíce potenciálních zákazníků. A díky tomu došlo k navýšení návštěvnosti penzionu a zisku. V hlavní navigaci webové stránky zůstala zachována fotografie penzionu Radost a kategorie rezervace, fotogalerie a kontakt.

Byl vybrán kvalitní redakční systém, který umožní vytvořit webové stránky tak, aby se na nich návštěvník dobře a rychle orientoval a našel potřebné informace. Webové stránky budou propojeny s Google Analytics a Facebookem.

Na základě požadavků majitele se věnuji řešení, které si majitel vytvoří sám, ale pokud by přece jen majitel přehodnotil své možnosti a požadavky, může se rozhodnout nechat si vytvořit profesionální webové stránky. Jednoduchá hotová varianta by stála zhruba 10 tisíc korun a její zhotovení by trvalo asi týden. Přesná cena se odvíjí od individuálních požadavků na konkrétní webovou stránku.

#### **4. 1. 3 Webová propagace**

Majitel penzionu má současné webové stránky zaregistrované v mnoha bezplatných katalozích, tím pádem si nemyslím, že by bylo nutné v této oblasti provádět jakékoliv změny.

Jelikož velký počet návštěvníků současné webové prezentace penzionu Radost přichází z webových stránek Rychlebských stezek a Rychleby.cz, navrhuji, aby majitel penzionu nadále platil za reklamu na těchto webových stránkách. V současné době se může u propagace na stránkách Rychlebských stezek rozhodnout, jak velký finanční obnos poskytne a jak ceněným partnerem se stane, nejedná se tedy pouze o reklamu a rozhodnutí je pouze na majiteli.

Dále je důležité pro získávání relevantních údajů z Google Analytics o podstránce s rezervačním formulářem přidání měřicího kódu Google Analytics do HTML kódu na této podstránce. Na všech ostatních podstránkách tento kód je již zadán. V současné době údaje o měření návštěvnosti na podstránce rezervačního formuláře chybí.

#### **4. 1. 4 Facebook**

Zajímavým způsobem jak přilákat na svou stránku další návštěvníky, případně zákazníky je založení vlastní firemní stránky na Facebooku. Tato stránka je zdarma a nabízí mnoho možností využití. Firma může na svou stránku vložit informace o společnosti, o oblasti podnikání, kontakty, odkaz na své webové stránky, zajímavosti a novinky. Je také dobré propojit webové stránky s profilem na Facebooku, díky tomu získá facebookový profil více fanoušků. Aby toto celé snažení mělo úspěch, je nejdůležitějším bodem aktivní správa stránek na Facebooku, vytváření zpráv, událostí, soutěží a aktivní komunikace. Nový obsah na facebookovém profilu bude lákat uživatele k jeho návštěvě.

Facebook také poskytuje možnost vytvoření firemní reklamy, ale tato služba je placená a pro penzion Radost nemá v současné době význam.

Počet uživatelů Facebooku v České Republice se na začátku roku 2015 pohyboval mezi 4 až 4,5 miliony aktivních měsíčních uživatelů. Jelikož návštěvníci penzionu nepocházejí jen z České Republiky, ale také z Polska, Slovenska, Německa a dalších

zemí, jedná se o mnohem více uživatelů. Což znamená velký potenciál pro penzion Radost při aktivní správě svého profilu na Facebooku.

Majitel penzionu má založený firemní profil na Facebooku, ale jeho obsah neaktualizuje a nemá mnoho fanoušků. Proto bych mu doporučila aktualizovat obsah profilu, vytvářet různé události a soutěže a komunikovat s uživateli. Finanční náročnost tohoto návrhu je nulová a časová náročnost je zanedbatelná v porovnání s přínosy.

Mezi přínosy z aktivní správy firemního profilu na Facebooku patří levné a rychlé zaměření se na cílové zákazníky a neustálé připomínání firmy.

#### **4. 1. 5 Instagram**

Dalším způsobem jak přilákat návštěvníky na webové stránky a získat tak zákazníky je založení firemního profilu na Instagramu. Instagram slouží ke sdílení fotografií uživatelů a je zdarma. U fotografií lze použít speciální filtry a udělat je tak zajímavější. Profil na Instagramu lze propojit s profilem na Facebooku.

V České Republice bylo koncem roku 2014 asi 150 tisíc uživatelů Instagramu. Jelikož stejně jako u Facebooku návštěvníci penzionu nepocházejí jen z České Republiky, ale také z Polska, Slovenska, Německa a dalších zemí, jedná se o mnohem více uživatelů. Míra zaujetí je na Instagramu přibližně 58x větší než na Facebooku a až 120x větší než na Twitteru. Obľiba Instagramu stále stoupá, oproti většině ostatních sociálních sítí. Všechna tato fakta znamenají pro penzion Radost velký potenciál při aktivní správě svého profilu na Instagramu. (10 důvodů proč začít s Instagram marketingem)

Nový obsah na tomto profilu bude lákat uživatele k jeho návštěvě. Majitel penzionu doposud nemá založený profil na Instagramu. Doporučovala bych založení nového profilu pro penzion Radost a jeho aktivní správu, přidávání fotografií a komentářů.

Mezi přínosy ze založení aktivní správy profilu na Instagramu patří levné a rychlé zaměření se na cílové zákazníky a neustálé připomínání firmy.

#### **4. 1. 6 Geocaching**

Geocaching je turistická, navigační a trochu i internetová hra. Jejím cílem je najít ukrytou schránku a dostat se tak na zajímavá místa. Geocaching začíná tím, že



zakladatel ukryje schránku, což je krabička různé velikosti s určitým obsahem na libovolné zajímavé místo, do přírody i do města. Této schránce se říká „keš“ nebo krabička a je třeba pečlivě ukrýt, snahou je, aby na ni nenarazil nikdo nepovolaný, ale pouze „geocacheři“, tedy lidé kteří budou schránku hledat. Zakladatel musí „kešku“ pečlivě zaměřit, pomocí GPS zjistí její zeměpisné souřadnice. Doma u počítače musí zakladatel připravit tzv. listing, jehož prostřednictvím sděluje ostatním, že založil „keš“, prozradí její souřadnice a také zajímavosti o místě kde je schránka uložena. Zakladatel se musí o schránku starat, kontrolovat ji a udržovat. „Geocacheři“ si přečtou informace a zjistí souřadnice „keše“. Souřadnice zadají do své GPS a jdou hledat. Stejně jako „geocacherův lov“ začíná u internetu, tak u něj i končí. Nálezy je potřeba zapsat na web, dělá se to kvůli tomu, aby měl autor přehled o provozu na svých „keších“, ale také pro statistiku vlastních nálezů. K zápisu (tzv. logu) se přiřazuje datum, je také vhodné popsat okolnosti „lovu“. Na internetu se také zapisují travelbagy a geocoiny, které se vyzvedly nebo naopak vložily do „keší“. Kromě nalezení lze také na webu zapsat neúspěch nebo vložit poznámku. Seznam všech logů je vidět na stránce s listingem, kde si každý může přečíst, co o „keších“ píší ostatní nálezci, platí však pravidlo, že se nesmí do logů psát žádná nápověda.

Na začátku roku 2015 byl celkový počet „keší“ v České Republice je kolem 60 tisíc, z toho aktivních je necelých 44 tisíc. A počet hráčů v České Republice byl více než 20 tisíc. A jako u předešlých možností zviditelnění penzionu není toto číslo konečné, jelikož návštěvníci penzionu nepocházejí jen z České Republiky, ale také z Polska, Slovenska, Německa a dalších zemí. Navíc většina rodin má pouze jeden klientský účet, tím pádem počet skutečných hráčů je mnohem vyšší. (Overview – Project GC)

Jelikož je majitel penzionu Radost vášnivý „geocacher“, doporučovala bych mu založení „kešky“ v blízkosti penzionu. Splní si tak svůj sen o založení vlastní „kešky“ a přiláká tak více potencionální zákazníků, kteří při hledání mohou navštívit hospodu v penzionu, porozhlédnout se po okolí a získat informace o ubytování. Z „geocacherů“, kteří budou tuto „kešku“ hledat, se tak mohou stát zákazníci.



## **4. 2 Výběr informačního systému**

Z analýzy vybraných informačních systémů pro penzion Radost byl vybrán rezervační a ubytovací software HotelWin 1, který nejvíce odpovídá požadovaným kritériím. Poskytuje přehledný rezervační systém s možností různých vyhledávání a třídění a také je možné sledovat účty jednotlivých hostů. Další důležitou funkcí je nastavení ceníku za ubytování a ostatní služby. Informační systém nabízí i mnoho dalších funkcí, které penzion Radost využije, a pomohou mu zefektivnit proces ubytování. Pro zkrácení času stráveného při vytváření rezervace je také důležité, že informační systém vytvoří strukturovaný e-mail pro potvrzení rezervace. V současné situaci je pro majitele důležitý rezervační systém, nepotřebuje doplňkové moduly jako např. směnárna nebo skladová evidence, které tento informační systém neobsahuje a proto je jeho cena nižší než u konkurenčních systémů, které nabízejí doplňkové moduly v současné době nedůležité pro penzion Radost. Mezi důležité požadavky také patřila nízká nákladovost, což software HotelWin 1 splňuje, protože je k němu poskytována neomezená technická podpora zdarma a podrobný návod. A jednorázová cena za neomezenou licenci na 1 PC činí 4900,- Kč. Požadavky na hardware jsou libovolný PC Pentium a výše s OS Windows 98 a výše nebo Vista.

### **4. 2. 1 Zavedení informačního systému**

V penzionu Radost je veškerá evidence hostů prováděna papírovou formou do ubytovací knihy a není využíván žádný informační systém. Pro zavedení informačního systému bude použita souběžná strategie po dobu dvou týdnů. Při zavádění informačního systému mohou nastat chyby, ať už od personálu, softwaru nebo hardwaru. Důležitým krokem v této fázi bude konfigurace systému, při které bude potřeba vložení seznamu pokojů, nabízených služeb, cen jednotlivých druhů ubytování, stravování, služeb apod. Zadávat historických rezervací z papírové ubytovací knihy do informačního systému nebude nutný, pouze se do informačního systému zadají již vytvořené rezervace ubytování, které ještě neproběhly. Hardware na recepci je dostatečný pro zavedení a provoz nového informačního systému a v současné době není nutné provádět změny. Zavedení IS ovlivní podnikové procesy z hlediska času, kvality a nákladů. Po zavedení IS se budou procesy uskutečňovat rychleji a kvalitněji, a i když na zavedení IS je potřeba určitá výše finančních prostředků, IS přinese navýšení počtu

rezervací, a tím pádem se zvýší zisk podniku. Mezi měřitelné přínosy po zavedení IS patří zvýšení počtu rezervací, zkrácení doby obsluhy hostů a zvýšení podílu na trhu. Dalším přínosem jsou také nulové náklady na vedení procesů v papírové podobě. Mezi neměřitelné přínosy lze zahrnout zvýšení konkurenceschopnosti podniku, zvýšení bezpečnosti u uchovávaných údajů, lepší kontrola podnikových procesů, lepší informovanost zaměstnanců, zkvalitnění služeb a zvýšení spokojenosti hostů a podpoření při dosažení firemních cílů. Důležité je také mít záložní plán pokud by došlo k dlouhodobějšímu výpadku softwaru, nefunkčnosti hardwaru nebo jiné chybě. V těchto případech by bylo nutné přejít opět k papírové formě evidence.

#### **4. 2. 2 HotelWin**

Hotelový systém HotelWin zjednodušuje, zpřehledňuje a tím pádem zrychluje náročnou, monotónní a nepřehlednou evidenci. Díky tomu budou spokojenější nejen zaměstnanci, ale také návštěvníci penzionu. Další výhodou je jednoduché ovládání, které zvládne i naprostý začátečník, přehledné uživatelsky přívětivé rozhraní a velmi rychlý provoz i při velkém objemu dat. Zaměstnanci penzionu Radost budou moci pomocí nového informačního systému řídit celý proces ubytování počínající rezervací, přes ubytování, evidenci poskytnutých služeb na účtu hosta až po fakturaci včetně tisku stvrzenky.

Pokud by si majitel v budoucnosti rozmyslel, že chce zřídit na webové stránce penzionu on-line rezervační systém, je možné ho propojit s hotelovým systémem HotelWin. Informační systém HotelWin je také možné jednoduchým rozšířením napojit na ekonomický software AdmWin, ve kterém jsou vystavené faktury ihned zaúčtovány, dále je možné vést pokladnu včetně valutové pokladny s automatickým výpočtem kurzových rozdílů, propojit platby s doklady, závazky a pohledávkami a sledovat úhradu faktur za ubytování. Lze si vybrat variantu se zpracováním mezd nebo bez něj.

#### Přínosy po zavedení hotelového systému HotelWin:

- Automatický výpočet celkové ceny za ubytování, kterou je možné vypočítat pro jednotlivé hosty.
- Přehledná a rychlá evidence rezervací včetně barevného rozlišení a díky tomu rychlejší a efektivnější průběh celého procesu.

- Rychlá fakturace ceny za ubytování včetně tisku stvrzenky.
- Okamžité zobrazení aktuálních, minulých nebo budoucích informací o obsazenosti penzionu, o stavu účtu jednotlivých hostů i skupin.
- Různé možnosti vyhledávání, třídění, výběrů a součtů.
- Možnost odeslání strukturovaného e-mailu při potvrzení rezervace.
- Tisk hlášenky o ubytování cizince pro cizineckou policii nebo její elektronické podání usnadní a zrychlí práci zaměstnanců.
- Přehled o všech začátcích a koncích rezervací hostů.
- Možnost fakturace v cizích měnách a jazycích.
- Nastavení ceníku za ubytování i za ostatní služby.
- Možnost pro jednotlivé uživatele zakázat, částečně povolit nebo povolit bez omezení provádění jednotlivých operací.
- Neomezená technická podpora zdarma a podrobný návod pro snadnější pochopení systému v penzionu.
- Snadný záznam hromadné rezervace a přesuny rezervací.
- Rychlé a snadné vyhledání již v minulosti ubytovaného hosta podle jeho osobních údajů a termínu ubytování.
- Přehledná evidence místních poplatků za ubytování.

#### **4. 3 Zhodnocení návrhů**

Mým návrhem je vytvoření webové prezentace v redakčním systému Joomla!, zavedení rezervačního a ubytovacího systému HotelWin 1. Oba tyto systémy nejvíce odpovídají požadovaným kritériím.

Webová prezentace firmy by měla být jednoduchá, přehledná, moderní, funkční a měla by zaujmout co nejvíce potenciálních zákazníků, také by měla být optimalizována, např. pomocí klíčových slov analyzovaných výše.

Jelikož velké množství návštěvníků webové stránky penzionu Radost přichází z webové stránky Rychlebských stezek, doporučuji zaplacení každoročního poplatku za propagaci na těchto stránkách. A také zaplacení každoročního poplatku 1 200 Kč na webové stránce Rychleby.cz, protože i z této stránky přichází návštěvníci. Dále navrhuji aktualizovat obsah na již vytvořeném profilu na Facebooku, vytvářet různé události

a komunikovat s uživateli, což podpoří návštěvnost webové stránky penzionu. Také doporučuji založit profil na Instagramu a aktivně se starat o jeho správu a přidávat nové fotografie a komentáře. Dalším návrhem je založení tzv. „keše“ v blízkosti penzionu pro milovníky geocachingu, a jako poslední navrhuji přidání měřicího kódu Google Analytics do HTML kódu na podstránce s rezervačním formulářem.

#### Přínosy po zavedení výše zmíněných návrhů:

- Zajištění každodenního plynulého chodu celého procesu ubytování díky zaměstnancům, vhodnému informačnímu systému, správě a údržbě.
- Možnost stanovení plánů a kontrola jejich dodržování.
- Zvýšení výkonnosti zaměstnanců díky novému informačnímu systému a usnadnění jejich práce.
- Rozvoj penzionu v technologickém směru.
- Zvýšení obsazenosti v méně žádaných termínech.
- Monotónní práci bude provádět informační systém, zaměstnanci se tak budou moci více věnovat hostům a budou spokojenější, protože jim informační systém usnadní práci.
- Okamžitý přístup ke zpracovaným informacím.
- Díky zavedení nového informačního systému, kde bude vše přehledné a možné opravit, snížení počtu lidských chyb.
- Zvýšení spokojenosti hostů díky rychlejšímu procesu ubytování.
- Zvýšení počtu rezervací a hostů v restauraci, tím dojde také ke zvýšení zisku.

#### Finanční zhodnocení

V tabulce níže jsou uvedeny jednotlivé položky související s mými návrhy a úpravami. Tyto položky jsou analyzovány z hlediska finanční náročnosti a rozděleny na návrh webové prezentace a její propagace a zavedení informačního systému.

Položka	Náklady <sup>6</sup>
Doména	151 Kč
Webhosting	zdarma <sup>7</sup>
Redakční systém	zdarma
Vytvoření webové stránky	vlastními silami
Správa a údržba webové stránky	vlastními silami
Aktivní správa obsahu firemního profilu na Facebooku	vlastními silami
Založení a aktivní správa profilu na Instagramu	vlastními silami
Založení "keše" v blízkosti penzionu	vlastními silami
Přidání kódu Google Analytics na podstránku s rezervačním formulářem	vlastními silami
Propagace na webových stránkách Rychlebské stezky	20 000 Kč
Propagace na webových stránkách Rychleby.cz	1 200 Kč
<b>Celkem</b>	<b>21 351</b>

Tabulka 6: Finanční náročnost návrhů na webovou stránku a její propagaci. (Zdroj: vlastní zpracování)

Finanční náročnost návrhů na vytvoření a propagaci webové stránky penzionu činí 21 351 Kč. Většinu návrhů si majitel vytvoří vlastními silami.

Profesionální webová stránka	10 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>31 351 Kč</b>

Tabulka 7: Finanční náročnost na profesionální webovou stránku. (Zdroj: vlastní zpracování)

Pokud by přece jen majitel přehodnotil své možnosti a požadavky a rozhodl se pro profesionální webovou stránku, cena návrhů by stoupla na 31 351 Kč. Přičemž cena 10 000 Kč za profesionální webovou stránku je pouze orientační a záleželo by na individuální konzultaci mezi majitelem a dodavatelem.

Položka	Náklady
Rezervační a ubytovací systém	4 900 Kč <sup>8</sup>
Nastavení IS a naplnění daty	vlastními silami
Zaškolení zaměstnanců	vlastními silami
Správa a údržba informačního systému	vlastními silami
<b>Celkem</b>	<b>4 900 Kč</b>

Tabulka 8: Finanční náročnost zavedení informačního systému. (Zdroj: vlastní zpracování)

<sup>6</sup> Pokud není uvedeno jinak, jedná se o roční náklady.

<sup>7</sup> Pokud nebude stačit prostor 100 MB, který poskytuje bezplatný webhosting, roční náklady na neomezený placený webhosting vzrostou na 363 Kč.

<sup>8</sup> Jedná se o jednorázový poplatek při pořízení rezervačního a ubytovacího systému HotelWin 1.

Celková cena návrhů na zavedení informačního systému pro penzion Radost činí 4 900 Kč, což je pořizovací cena rezervačního a ubytovacího systému HotelWin 1. Další položky si majitel zajistí vlastními silami.

Položka	Náklady
Návrh na webovou prezentaci a její propagaci	21 351 Kč
Návrh na informační systém	4 900 Kč
<b>Celkem</b>	<b>26 251 Kč</b>

Tabulka 9: Celková finanční náročnost návrhů. (Zdroj: vlastní zpracování)

Podle propočtu finanční náročnosti by majitel penzionu Radost měl při realizaci návrhů a úprav zaplatit v roce 2015 celkem 26 251 Kč. Jedná se o náklady na webovou prezentaci a její propagaci a na zavedení informačního systému.

Položky		Tržby
<b>Rok 2013</b>		266 300 Kč
<b>Rok 2014</b>		281 500 Kč
<b>Rok 2016</b>	<b>pesimistický odhad (10%)</b>	325 870 Kč
	<b>realistický odhad (20%)</b>	358 460 Kč
	<b>optimistický odhad (30%)</b>	394 310 Kč

Tabulka 10: Odhad vývoje tržeb. (Zdroj: vlastní zpracování)

Roční nárůst tržeb v roce 2014 oproti roku 2013 byl 5%. Po zavedení mých návrhů v roce 2015 se předpokládá i nadále s přirozeným ročním přírůstkem 5% v roce 2015 i 2016. V tabulce 10 jsou uvedeny tři odhady tržeb v roce 2016 po zavedení mých návrhů. A to odhad pesimistický (10%), realistický (20%) a optimistický (30%), v těchto odhadech už je zahrnut přirozený roční přírůstek.

### Časové zhodnocení

V tabulce níže jsou uvedeny jednotlivé položky související s mými návrhy a úpravami, které je možné analyzovat z hlediska časové náročnosti a rozděleny na návrh webové prezentace a její propagace a zavedení informačního systému.

Položka	Časová náročnost (hod.)
Instalace a nastavení redakčního systému	6
Vytvoření webové stránky	25
Založení "keše" v blízkosti penzionu	3
Založení profilu na Instagramu	1
Přidání kódu Google Analytics na podstránku s rezervačním formulářem	0,5
<b>Celkem</b>	<b>35,5</b>

Tabulka 11: Časová náročnost návrhů na webovou stránku a její propagaci. (Zdroj: vlastní zpracování)

Časová náročnost návrhů na webovou prezentaci penzionu a její propagaci činí 35 a půl hodiny.

Položka	Časová náročnost (hod.)
Instalace a nastavení IS	3
Naplnění informačního systému daty	5
Zaškolení zaměstnanců	3
<b>Celkem</b>	<b>11</b>

Tabulka 12: Časová náročnost zavedení informačního systému. (Zdroj: vlastní zpracování)

Čas potřebný na zavedení informačního systému pro penzion Radost činí 11 hodin.

Položka	Časová náročnost (hod.)
Návrh na webovou prezentaci a její propagaci	35,5
Návrh na informační systém	11
<b>Celkem</b>	<b>46,5</b>

Tabulka 13: Celková časová náročnost návrhů. (Zdroj: vlastní zpracování)

Celkový čas na zavedení mých návrhů činí 46 a půl hodiny. Jedná se o čas na webovou prezentaci a její propagaci a na zavedení informačního systému. Nejvíce časově náročné bude vytvořit novou webovou prezentaci v redakčním systému.

Položka	Časová náročnost za týden (hod.)
Aktivní správa obsahu firemního profilu na Facebooku	2
Založení a aktivní správa profilu na Instagramu	1
Správa "keše" v blízkosti penzionu	1
<b>Celkem</b>	<b>4</b>

Tabulka 14: Týdenní časová náročnost návrhů. (Zdroj: vlastní zpracování)

Týdenní časová náročnost po zavedení mých návrhů bude činit zhruba 4 hodiny.



## **Závěr**

Cílem této diplomové práce bylo navrhnout webovou prezentaci a informační systém pro penzion Radost a zhodnotit finanční a časovou náročnost návrhů. Tohoto cíle bylo dosaženo. V první části práce byly formulovány teoretická východiska pro tvorbu webových stránek a informačního systému. V další části byla provedena analýza současného stavu penzionu Radost a jeho webové stránky, zhodnocení dotazníkového šetření a shrnutí požadavků na webovou prezentaci a informační systém. Byl vytvořen návrh webové stránky, který splňuje požadovaná kritéria. Na základě analýzy byl vybrán vhodný redakční systém pro tvorbu této webové prezentace, a to redakční systém Joomla!. A na základě další analýzy byl vybrán rezervační a ubytovací software HotelWin 1.

Mezi návrhy patří také aktivní účast na již vytvořeném profilu na Facebooku, založení aktivní správa profilu na Instagramu, vytvoření „kešky“ v blízkosti penzionu pro milovníky geocachingu a přidání měřicího kódu Google Analytics do HTML kódu na podstránce s rezervačním formulářem. Dále doporučuji každoroční placení poplatku za propagaci na webových stránkách Rychlebských stezek a Rychleby.cz, díky tomu se zvýší návštěvnost webové stránky penzionu. Všechny návrhy byly zhodnoceny z hlediska finanční a časové náročnosti.

Při vypracování své diplomové práce jsem získala mnoho nových znalostí a zkušeností. Pevně věřím, že mé návrhy budou pro majitele penzionu Radost přínosné. V současné době byla práce předána majiteli penzionu na posouzení.

## Zdroje

10 důvodů proč začít s Instagram marketingem [cit. 2015-08-18]. Dostupné z: <https://medium.com/@hynekhampl/10-d-vod-pro-za-it-s-instagram-marketingem-b0dbc49e94e9>

10 nejlepších redakčních systémů (CMS) [online]. Poslední aktualizace 9. 11. 2011 [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <https://www.interval.cz/clanky/10-nejlepsich-redakcnich-systemu-cms/>

*Analýza 5F (Five Forces)* [online]. © 2011-2013 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/analyza-5f>

BLAŽKOVÁ, Martina. *Jak využít internet v marketingu: krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095-1.

*Co je to webhosting* [b.r.] (10 nejlepších redakčních systémů, 2011) <http://www.cesky-hosting.cz/webhosting/co-je-webhosting/>

*Co to je doména* © 2015 [online]. [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <https://domeny.cz/jak-na-to/co-to-je-domena-7/>

DONÁT, Jiří. *e-Business pro manažery*. 1. vyd. Praha: Grada, 2000. 83 s. ISBN 80-247-9001-7.

*Dotazník* [online]. © 2011-2013 [cit. 2015-04-29]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/dotaznik>

*Google AdWords* [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <https://www.google.cz/adwords/>

*Google Analytics* [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://www.google.cz/intl/cs/analytics/>

Heclová, H. *Výběr ubytovacího zařízení (výsledky průzkumu)* [online]. 2015 [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <https://vyber-ubytovaciho-zarizeni.vyplnto.cz>

HLAVENKA, Jiří. *Dělejte byznys na Internetu: jak využít Internet k prospěchu firmy i jednotlivce*. Vyd. 1. Praha: Computer Press, 1999. 205 s. ISBN 80-7226-182-7.

HLAVENKA, Jiří. *Internetový marketing*. Vyd. 1. Praha: Computer Press, 2001. 157 s. ISBN 80-7226-498-2.

*HORES komplexní hotelový software. Hotelový systém*. © 2015 [online]. [cit. 2015-03-22]. Dostupné z: <http://www.horesplus.cz/hotelovy-software/jadro-systemu>

*Hotel Černá Voda* © 2008–2015 [online]. [cit. 2015-04-03]. Dostupné z: <http://www.hotelcernavoda.rychleby.cz/>

*Hotelový systém HotelWin* [online]. [cit. 2015-03-22]. Dostupné z: <http://www.admwin.cz/nabidka/ucetni-program-hotelovy-system/>

HRDLIČKA, P. *Jak se prosadit na internetu v roce 2014* Copyright ©2014 Internet Marketing Partners s.r.o.. 41 s.

*Chata Maté* [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://chatamate.rychleby.cz/>

JANOUGH, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 9788025127957.

*McKinsey 7S* [online]. © 2011-2013 [cit. 2015-04-29]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/mckinsey-7s>

Overview – Project GC [online]. [cit. 2015-08-22]. <http://project-gc.com/Home/Overview>

*Penzion Radost* [online]. [cit. 2015-04-03]. Dostupné z: <http://penzionradost.cz/>

*PESTLE analýza* [online]. © 2011-2013 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/pestle-analyza>

*Plán Bé* [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://infobeplan.wix.com/beplan>

*Previo rezervační systém*. © 2015 [online]. [cit. 2015-03-22]. Dostupné z: <http://www.previo.cz/rezervacni-system>

*Redakční systémy*. © 2007-2015 [online]. [cit. 2015-05-22]. Dostupné z: <http://navody.c4.cz/redakcni-systemy>

*Různé způsoby jak psát web*. [online]. Poslední aktualizace 12. května 2015 [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://www.jakpsatweb.cz/zpusoby.html#redakcaky>

*Rychlebské stezky. Základní informace.* © 2011 [online]. [cit. 2015-05-18]. Dostupné z <http://www.rychlebskestezky.cz/cs/stezky/zakladni-informace>

SEDLÁČEK, Václav. *Principy a modely řízení podnikové informatiky*. Západomoravská vysoká škola Třebíč. 1. vyd. Vivat Academia, 2010. 92 s. ISBN 8087385063.

*SWOT analýza* [online]. © 2011-2013 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

*Ubytování Rychleby* [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://ubytovanirychleby.cz/>

*Ubytování U Pucků* © 2013 [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://upucku.webnode.cz/>

*Vyhledávače.* [online]. Poslední aktualizace 12. května 2015 [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <http://www.jakpsatweb.cz/vyhledavace.html>

*Základní informace – Rychlebské stezky* © 2011 [online]. [cit. 2015-08-14]. Dostupné z: <http://www.rychlebskestezky.cz/cs/stezky/zakladni-informace>

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Organizační struktura penzionu Radost (Zdroj: vlastní zpracování) .....	31
Obrázek 2: Současná webová prezentace penzionu Radost (Zdroj: Penzion Radost [b.r.] ).....	49
Obrázek 3: Přehled návštěvnosti webové stránky. (Zdroj: Google Analytics).....	51
Obrázek 4: Přehled návštěv před a po zaplacení poplatku za propagaci na webových stránkách Rychlebských stezek. (Zdroj: Google Analytics) .....	52
Obrázek 5: Přehled nejčastějších webových stránek, ze kterých jsou uskutečňovány návštěvy webové stránky penzionu Radost. (Zdroj: Google Analytics) .....	52
Obrázek 6: Přehled návštěvnosti jednotlivých podstránek webové stránky penzionu Radost (Zdroj: Google Analytics) .....	53
Obrázek 7: Současný vzhled profilu na Facebooku (Zdroj: Facebook) .....	54
Obrázek 8: Rezervace ubytování. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	60
Obrázek 9: Hotelový software HORES. (Zdroj: HORES komplexní hotelový software. Hotelový systém. © 2015).....	61
Obrázek 10: Rezervační a ubytovací software HotelWin 1. (Zdroj: Hotelový systém HotelWin [b.r.] ) .....	63
Obrázek 11: Recepční systém Previo. (Zdroj: Previo rezervační systém. © 2015) .....	64
Obrázek 12: Návrh nové webové prezentace penzionu Radost. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	67
Obrázek 13: Přehled klíčových slov. (Zdroj: Google AdWords [b.r.] ) .....	69

## Seznam grafů

Graf 1: Jaké je Vaše pohlaví? .....	39
Graf 2: Kolik je Vám let? .....	39
Graf 3: V jakém kraji bydlíte? .....	40
Graf 4: Který typ ubytování preferujete? .....	41
Graf 5: Jak často navštěvujete ubytovací zařízení? .....	41
Graf 6: Co je pro Vás nejdůležitější při výběru ubytovacího zařízení? .....	42
Graf 7: Kde na internetu vyhledáváte ubytovací zařízení? .....	43
Graf 8: Co je pro Vás nejdůležitější u webové stránky ubytovacího zařízení? .....	43
Graf 9: Pokud na internetu najdete ubytování, které Vás zajímá a chcete si ho objednat, tak: ..	44

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Porovnání cen ubytování (Zdroj: vlastní zpracování) .....	37
Tabulka 2: Porovnání webových stránek. (Zdroj: vlastní zpracování dle <a href="http://seo-servis.cz/power-sila-stranky/">http://seo-servis.cz/power-sila-stranky/</a> ).....	38
Tabulka 3: Statistika redakčních systémů ke dni 22.5.2015 (Zdroj: Redakční systémy © 2007-2015) .....	56
Tabulka 4: Zhodnocení redakčních systémů. (Zdroj: vlastní zpracování dle 10 nejlepších redakčních systémů) .....	58
Tabulka 5: Kalkulace nákladů na informační systémy. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	65
Tabulka 6: Finanční náročnost návrhů na webovou stránku a její propagaci. (Zdroj: vlastní zpracování).....	77

Tabulka 7: Finanční náročnost na profesionální webovou stránku. (Zdroj: vlastní zpracování) .	77
Tabulka 8: Finanční náročnost zavedení informačního systému. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	77
Tabulka 9: Celková finanční náročnost návrhů. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	78
Tabulka 10: Odhad vývoje tržeb. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	78
Tabulka 11: Časová náročnost návrhů na webovou stránku a její propagaci. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	79
Tabulka 12: Časová náročnost zavedení informačního systému. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	79
Tabulka 13: Celková časová náročnost návrhů. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	79
Tabulka 14: Týdenní časová náročnost návrhů. (Zdroj: vlastní zpracování) .....	80

## Seznam příloh

- Příloha č. 1: Webová stránka Hotel Černá Voda
- Příloha č. 2: Webová stránka Chata Maté
- Příloha č. 3: Webová stránka Ubytování Rychleby
- Příloha č. 4: Webová stránka U Pucků
- Příloha č. 5: Webová stránka Plán Bé